



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE LOS PEQUEÑOS
COMERCIANTES DE LA CALLE 9 DE OCTUBRE DEL CANTÓN**

PEDRO CARBO

TUTOR

PHD. OSCAR PARADA GUTIÉRREZ

AUTORA

YHIA ISABELA MACIAS POZO

GUAYAQUIL

2024

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Diagnóstico socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo	
AUTOR/ES: Macias Pozo Yhia Isabela	TUTOR: PHD. Oscar Parada Gutiérrez
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Economista
FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Economía
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2024	N. DE PÁGS: 101
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y el comportamiento	
PALABRAS CLAVE: análisis socioeconómico, pequeña empresa, comercio	
RESUMEN: El objetivo de esta investigación fue analizar la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes de la calle principal 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo. En la investigación se utilizó una metodología de enfoque mixto y tipo descriptivo, combinando tanto encuestas como entrevistas. Se aplicó una encuesta a una muestra no probabilística de 38 propietarios de emprendimientos. El tipo de muestreo fue por conveniencia a partir de la disponibilidad de los propietarios a participar en el estudio. La investigación reveló importantes hallazgos y áreas de mejora que podrían beneficiar a los pequeños comerciantes de la zona de estudio. Los resultados principales indicaron que la dimensión económica se evaluó de regular, destacándose la disminución gradual de los ingresos por ventas, los altos costos operativos, fundamentalmente de servicios básicos. La dimensión social se evaluó de buena. No obstante, la dimensión social apunta a insatisfacciones relacionadas con la seguridad, la participación social y las redes de apoyo. Con base en estos resultados, se desarrolló un análisis FODA que derivó en acciones concretas para mejorar la gestión de los pequeños comerciantes, en la zona de estudio, entre ellas: Implementar la	

digitalización para competir con otros comerciantes mediante ventas en línea y promociones exclusivas, desarrollar estrategias publicitarias en alianza con el gobierno local para mejorar la visibilidad de la oferta, entre otras.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Macias Pozo Yhia Isabela	Teléfono: +593991581299	E-mail: ymaciasp@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PhD. Adriam Camacho Domínguez Teléfono: (04) 259 6500 Ext. 250 E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec Mgtr. Julissa Villanueva Barahona Teléfono: (04) 2596500 Ext. 226 E-mail: jvillanuevab@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DE LA CALLE
9 DE OCTUBRE DEL CANTÓN PEDRO CARBO

INFORME DE ORIGINALIDAD

5 %	5 %	1 %	1 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
2	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
3	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
5	Submitted to University of Technology, Sydney Trabajo del estudiante	<1 %
6	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

Oscar Parada Gutiérrez, PhD

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada YHIA ISABELA MACIAS POZO, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, Diagnóstico socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora

Yhia Macias Pozo.

Firma:

YHIA ISABELA MACIAS POZO

C.I. 0942579459

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación Diagnóstico socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: Diagnóstico socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo, presentado por el la estudiante YHIA ISABELA MACIAS POZO como requisito previo, para optar al Título de ECONOMISTA, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

OSCAR PARADA GUTIÉRREZ

C.C. 1756304620

AGRADECIMIENTO

A mi familia, mi querida madre y padre por brindarme su apoyo en cada paso que di para poder llegar donde estoy, especialmente por ser mi motor que me ha impulsado para alcanzar mis metas.

A mis docentes a lo largo de mi carrera universitaria, por cada consejo y aprendizaje en el aula de clases que bajo su instrucción académica me han proporcionado para desenvolverme en mundo profesional y los desafíos que enfrentaré en el mismo.

Concluyendo con un agradecimiento muy sincero y fraterno a mi tutor el PhD. Oscar Parada quien con su enseñanza me guió y apoyó para ultimar mi proceso para la elaboración de mi tesis

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado en primer lugar a mi Padre Celestial, quien ha sido mi fuerza, fortaleza en tiempos difíciles y aun en el caos ha sido mi refugio.

A mi mamá y a mi papá que me han brindado apoyo en todos los sentidos, que con sus palabras de aliento he podido levantarme y no rendirme fácilmente.

A mi abuelita Julia y mi abuelito Modesto, por sus enseñanzas de vida, por guiarme, cuidarme y brindarme su amor en todo momento que lo he necesitado.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes de la calle principal 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo. En la investigación se utilizó una metodología de enfoque mixto y tipo descriptivo, combinando tanto encuestas como entrevistas. Se aplicó una encuesta a una muestra no probabilística de 38 propietarios de emprendimientos. El tipo de muestreo fue por conveniencia a partir de la disponibilidad de los propietarios a participar en el estudio. La investigación reveló importantes hallazgos y áreas de mejora que podrían beneficiar a los pequeños comerciantes de la zona de estudio. Los resultados principales indicaron que la dimensión económica se evaluó de regular, destacándose la disminución gradual de los ingresos por ventas, los altos costos operativos, fundamentalmente de servicios básicos. La dimensión social se evaluó de buena. No obstante, la dimensión social apunta a insatisfacciones relacionadas con la seguridad, la participación social y las redes de apoyo. Con base en estos resultados, se desarrolló un análisis FODA que derivó en acciones concretas para mejorar la gestión de los pequeños comerciantes, en la zona de estudio, entre ellas: Implementar la digitalización para competir con otros comerciantes mediante ventas en línea y promociones exclusivas, desarrollar estrategias publicitarias en alianza con el gobierno local para mejorar la visibilidad de la oferta, entre otras.

Palabras claves: Análisis socioeconómico, pequeña empresa, comercio.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the socio-economic situation of small traders in the main street 9 de Octubre in the canton of Pedro Carbo. The research used a mixed approach and descriptive methodology, combining both surveys and interviews. A survey was applied to a non-probabilistic sample of 38 business owners. The type of sampling was convenience sampling based on the willingness of the owners to participate in the study. The research revealed important findings and areas for improvement that could benefit small traders in the study area. The main results indicated that the economic dimension was assessed as fair, highlighting the gradual decline in sales revenue, high operating costs, mainly for basic services. The social dimension was assessed as good. However, the social dimension points to dissatisfactions related to security, social participation and support networks. Based on these results, a SWOT analysis was developed that led to concrete actions to improve the management of small traders in the study area, including: implementing digitization to compete with other traders through online sales and exclusive promotions, developing advertising strategies in alliance with local government to improve the visibility of the offer, among others.

Keywords: Socio-economic analysis, small business, commerce.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	ii
CERTIFICADO DE SIMILITUD	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
ENFOQUE DE LA PROPUESTA.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema	5
1.4 Objetivo General	5
1.5 Objetivos Específicos.....	5
1.6 Idea a Defender	6
1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad.....	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 Antecedentes de la investigación.....	7
2.2 Teorías relacionadas con el análisis económico y social:	12
2.3 Fundamentos teóricos.....	16
2.4. Marco Legal	18

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)	18
2.4.2 Código de Comercio	19
2.4.3 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.....	20
2.4.4 Ley Orgánica de emprendimiento e innovación	21
2.4.5 Ley de Gestion Ambiental	22
CAPÍTULO III	24
MARCO METODOLÓGICO	24
3.1 Enfoque de la investigación	24
3.2 Alcance de la investigación	24
3.3 Técnicas e instrumentos para obtener los datos.....	25
3.4 Población y muestra.....	26
CAPÍTULO IV	27
PROPUESTA O INFORME	27
4.1 Presentación y análisis de resultados	27
4.1.1 Resultados de la encuesta.....	27
4.1.2 Análisis general de la encuesta	60
4.1.3 Resultados de la entrevista.....	61
4.2 Matriz FODA	64
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diagnóstico socioeconómico de los Propietarios de microemprendimientos, ubicados en la ciudadela Panorama, Cantón Durán, Provincia del Guayas	7
Tabla 2. Análisis del comercio informal en el sector La Bahía asociación Santa Lucía en la ciudad de Guayaquil	8
Tabla 3. Análisis de la cultura ambiental de los Microemprendedores del sector Sur parroquia Letamendi - Guayaquil.....	9
Tabla 4. Análisis socioeconómico de la asociación de comerciantes del mercado Sur en la ciudad de Machala	10
Tabla 5. Diagnóstico Socioeconómico y mapeo del emprendimiento en las provincias: Pichincha, Napo y Orellana.....	11
Tabla 6. Diagnóstico y Desarrollo organizacional de un Microemprendimiento argentino. Caso: María Chocolates	12
Tabla 7. Ingresos.....	27
Tabla 8. Ingresos Suficientes para cubrir necesidades	29
Tabla 9. Disminución de sus ingresos.....	30
Tabla 10. Financiamiento	31
Tabla 11. Dificultad para acceder al financiamiento	32
Tabla 12. Las instituciones financieras ofrecen productos y servicios adecuados para las necesidades	33
Tabla 13. Costos operativos.....	34
Tabla 14. Costos operativos son excesivamente altos para el negocio	35
Tabla 15. Estrategia para reducir sus costos operativos	36
Tabla 16. Ventas	37
Tabla 17. Factores que influyen en el comportamiento de las ventas.....	38
Tabla 18. Estrategias implementadas para aumentar las ventas	39
Tabla 19. Capacitación relacionada a la gestión del negocio.....	40
Tabla 20. Situación económica del negocio para el próximo año.....	41
Tabla 21. Seguridad de la zona.....	42
Tabla 22. Víctima de delito relacionado a la actividad comercial	43
Tabla 23. Medidas para mejorar la seguridad del negocio.....	44
Tabla 24. Acceso a seguro médico	45

Tabla 25. Dificultades para acceder a servicios de salud.....	46
Tabla 26. Acciones realizadas para cuidar la salud Familiar.....	47
Tabla 27. Nivel de Educación.....	48
Tabla 28. Participación en actividades de formación o capacitación relacionada a la gestión del negocio.....	49
Tabla 29. Importancia de la educación para el desarrollo personal y profesional	50
Tabla 30. Acceso a servicios básicos.....	51
Tabla 31. Calidad de servicios Básicos.....	52
Tabla 32. Dificultad para acceder a los servicios básicos	53
Tabla 33. Participación social.....	54
Tabla 34. Importancia de la participación social.....	55
Tabla 35. Acciones para fortalecer la organización social de los pequeños comerciantes.....	56
Tabla 36. Redes de apoyo	57
Tabla 37. Importancia de las redes de apoyo.....	58
Tabla 38. Impacto de actividad comercial en la calidad de vida.....	59
Tabla 39. Análisis FODA	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ingresos	28
Figura 2. Ingresos Suficientes para cubrir necesidades	29
Figura 3. Disminución de sus ingresos.....	30
Figura 4. Financiamiento	31
Figura 5. Dificultad para acceder al financiamiento	32
Figura 6. Las instituciones financieras ofrecen productos y servicios adecuados para las necesidades	33
Figura 7. Costos operativos.....	34
Figura 8. Costos operativos son excesivamente altos para el negocio	35
Figura 9. Estrategia para reducir sus costos operativos.....	36
Figura 10. Ventas	37
Figura 11. Factores que influyen en el comportamiento de las ventas.....	38
Figura 12. Estrategias implementadas para aumentar las ventas	39
Figura 13. Capacitación relacionada con la gestión del negocio.....	40
Figura 14. Situación económica para el próximo año.....	41
Figura 15. Seguridad de la zona	42
Figura 16. Víctima de delito relacionado a la actividad comercial	43
Figura 17. Medidas para mejorar la seguridad del negocio.....	44
Figura 18. Acceso a seguro médico	45
Figura 19. Dificultades para acceder a servicios de Salud	46
Figura 20. Acciones realizadas para cuidar la salud familiar	47
Figura 21. Nivel de Educación.....	48
Figura 22. Participación en actividades de formación o capacitación relacionada a la gestión del negocio	49
Figura 23. Importancia de la educación para el desarrollo personal y profesional.....	50
Figura 24. Acceso a servicios básicos	51
Figura 25. Calidad de servicios básicos	52
Figura 26. Dificultad para acceder a los servicios básicos	53
Figura 27. Participación social.....	54
Figura 28. Importancia de la participación social.....	55

Figura 29. Acciones para fortalecer la organización social de los pequeños comerciantes	56
Figura 30. Redes de apoyo	57
Figura 31. Importancia de las redes de apoyo	58
Figura 32. Impacto de la actividad comercial en la calidad de vida.....	59
Figura 33. Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo	84
Figura 34. Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo Cincuentazo "D' Pablito".....	84
Figura 35. Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo. Librería "El estudiante"	86
Figura 36. Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo. Comercial "Burgassi"	86

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	73
Anexo 1. Cuestionario de la encuesta.....	73
Anexo 2. Cuestionario de la entrevista.....	83
Anexo 3. Evidencias de la investigación de campo	84

INTRODUCCIÓN

El Trabajo de Titulación aborda la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes de la calle 9 de octubre del cantón Pedro Carbo, Ecuador. Esta investigación surge de la necesidad de comprender y analizar los desafíos y oportunidades que enfrentan estos microempresarios en un contexto local específico.

Los pequeños comerciantes desempeñan un papel crucial en la economía local de Pedro Carbo, contribuyendo a la generación de empleo y al abastecimiento de bienes y servicios para la comunidad. Sin embargo, este sector enfrenta una serie de retos que afectan su desarrollo y sostenibilidad. Entre estos se incluyen la inseguridad, el limitado acceso a financiamiento, la fluctuación en las ventas, y las dificultades para acceder a servicios básicos y de salud.

La relevancia de este estudio radica en su potencial para informar políticas públicas y estrategias de apoyo dirigidas a este sector. Al proporcionar un diagnóstico detallado de las dimensiones económica y social de estos comerciantes, se busca identificar áreas de intervención que puedan mejorar sus condiciones de vida y fortalecer su papel en la economía local.

Esta investigación se centra en la calle 9 de octubre, una zona comercial significativa en Pedro Carbo, lo que permite un análisis localizado y específico de las dinámicas socioeconómicas que afectan a estos pequeños empresarios. A través de encuestas y análisis cuantitativos, se exploran aspectos como ingresos, acceso a financiamiento, seguridad, salud, educación y participación social, proporcionando una visión integral de la situación de este grupo.

El trabajo se estructuró en cuatro capítulos. El primer capítulo apunta al diseño de la investigación profundizando en el problema a investigar. El segundo capítulo expone el marco teórico y legal del estudio. El tercer capítulo el marco metodológico que destaca un muestreo no probabilístico y la aplicación de encuestas y una entrevista. El cuarto capítulo muestra los resultados obtenidos. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema:

Diagnóstico Socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de octubre del Cantón Pedro Carbo

1.2 Planteamiento del Problema:

Según la Prefectura del Guayas (2020):

Pedro Carbo está ubicado a 63 Km de la Ciudad de Guayaquil que se encuentra en su cabecera cantonal. Parte de su territorio está influenciado por un bosque seco tropical, en el cual se encuentran especies del bosque tumbesino en el que hay diversidad de flora y fauna. (p.1)

Este cantón se posiciona como un lugar importante para el comercio interprovincial, ya que, el sector comercial está conformado por pequeños y medianos negocios. Pedro Carbo cuenta con 3 parroquias y 105 recintos, el comercio se presenta con más frecuencia los fines de semana y fechas festivas. “La Bahía” es una asociación de pequeños comerciantes que tiene 30 años aproximadamente de vida institucional que está ubicado en todo el centro del Cantón Pedro Carbo. Esta asociación tiene 40 socios y 42 locales afiliados, en el cual se centra todo el comercio por estar cerca del mercado central y contar con una infraestructura propia, segura y adecuada. También tenemos los pequeños comerciantes que están ubicados en toda la calle principal de la 9 de Octubre, en el cual podemos encontrar distintos negocios de comida rápida, restaurantes, bazares, ferreterías, entre otros.

A finales del año 2016, los comerciantes de la bahía de Pedro Carbo, tuvieron una decaída en sus ventas entre un 18% y 23% esto es debió a que un nuevo mercado se ubicó en la zona, este se encontraba en las calles Emiliano Caicedo y 24 de Mayo, este mercado era conocido como el “Mercado de pulgas”, en el cual podíamos encontrar ropa, zapatos, sandalias, juguetes de segunda

mano a precios muy accesibles para la ciudadanía Carbense. Éste estaba conformado por pocos comerciantes informales, pero al tener una muy buena acogida por parte las personas, empezaron a llegar otros comerciantes de cantones vecinos, en el cual ofrecían los mismos objetos y accesorios que los comerciantes de la calle 9 de Octubre pero esta vez los productos eran totalmente nuevos.

Con el pasar de las semanas se unían cada vez más personas a este mercado informal, se llegó con un total de 50 comerciantes informales que ofrecían productos nuevos y de segunda mano en la vía pública. La asociación de la Bahía, sugirió al Municipio de Pedro Carbo que se reubicarían a estos comerciantes porque las ventas se estaban viendo afectadas porque sus clientes buscaron mejores opciones para realizar sus compras. Fueron ubicados a siete calles de la Bahía, en las calles Eloy Alfaro.

Todos los negocios de la calle principal 9 de Octubre se vieron afectados por algunos factores y entre estos se encuentra la pandemia del COVID-19 porque afectó significativamente las ventas de los comerciantes, debido a que sus restricciones y las medidas de distanciamiento limitaron la afluencia de la clientela. La situación dio un giro drástico de 180 grados con las medidas de restricción que establecieron las autoridades para evitar la propagación del virus, y con esto el cierre temporal o parcial de los negocios. Por otro lado, el cambio de horarios, la cantidad de clientes que podían estar en el establecimiento, limitación del personal de trabajo, las medidas de bioseguridad; cubrebocas, usar alcohol, desinfección de manos, y así también como el cierre parcial o temporal de algunas ciudades. Con todo este escenario, los pequeños y medianos negocios fueron los más afectados, puesto que no contaban con el recurso financiero para este largo periodo de cierre.

Los protocolos sanitarios y las restricciones generaron costos adicionales para los comerciantes, como la adquisición de equipos de protección para el personal, productos de desinfección y de limpieza, y también la implementación de protocolos para el distanciamiento social, esto representaba un gasto adicional para su margen de presupuesto ajustado.

Ahora otro problema que se presenta actualmente, es la inseguridad, una complicación que se presenta a nivel nacional; principalmente en las ciudades de Guayaquil, Esmeraldas y Manabí. Como es de conocimiento la ola de inseguridad que vive el país que está sumida en el robo y sicariatos a diario; por otro lado, los llamados vacunadores que amedrentan a la ciudadanía, de modo que atentan con bombas sus locales y casas. “La inseguridad ciudadana se convierte en una preocupación central en la vida de las personas, es una seria amenaza que atenta contra la libertad personal, el temor de ser víctimas del delito, condiciona la vida y siembra miedo” (Simón, 2022, s/f).

En sí, la seguridad es de índole social que permite a la ciudadanía el desarrollo de sus actividades comerciales y cotidianas en un ambiente de paz, asegurando el exento ejercicio de los derechos individuales y colectivos. Ya que la inseguridad no solo afecta al vivir en plenitud de las personas, sino que en también se ve influenciado por la impresión sobre el sistema democrático. Si la inseguridad aumenta; la sociedad se encuentra en un limbo donde no se sabe que le espera en su diario vivir.

La ley de seguridad Pública y del Estado (2014) expresa que:

La seguridad ciudadana es una política de estado, destinada a fortalecer y modernizar los mecanismos necesarios para garantizar los derechos humanos, en especial el derecho a una vida libre de violencia y criminalidad, la disminución de los niveles de delincuencia, la protección de víctimas y el mejoramiento de la calidad de vida y de todos los habitantes de Ecuador (p.9)

En este artículo se menciona cuán importante es la seguridad para vivir con tranquilidad asegurando los derechos humanos pero esto no se ha visto reflejado en el Cantón Pedro Carbo, la ley de seguridad no se ha cumplido a cabalidad debido a que ocurren con frecuencia de actos delictivos tales como robo, venta de sustancias ilícitas por parte los propios ciudadanos que residen en el cantón, por lo tanto los casos de inseguridad ponen en riesgo la plenitud físicas de las personas y origina descontentos o inquietudes entre los ciudadanos.

Estos son problemas que han afectado a los comerciantes y han experimentado consecuencias vandálicas de estas situaciones. La falta de seguridad y la presencia de bandas delictivas conllevan a los robos en los locales y tiendas cercanas que se encuentran en la calle principal 9 de Octubre, todo esto perturba la tranquilidad y limita la capacidad de trabajar de manera segura y rentable; adicional a eso, el pago a los extorsionadores puede expresar una carga financiera extra aparte de otros desafíos económicos.

Este proyecto tiene la finalidad de analizar la situación económica actual y dar a conocer propuestas o estrategias para estimular la actividad comercial de los pequeños comerciantes de la calle principal 9 de Octubre del Cantón Pedro Carbo.

1.3 Formulación del Problema:

¿Cuál es la situación social y económica de los pequeños comerciantes de la calle principal 9 de Octubre?

1.4 Objetivo General

Analizar la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes de la calle principal 9 de Octubre

1.5 Objetivos Específicos

- Desarrollar fundamentos teóricos que ayude al estudio socioeconómico de los comerciantes de la calle principal 9 de Octubre en el centro de Pedro Carbo.
- Indagar el estado socioeconómico de los comerciantes de la calle principal 9 de Octubre, ubicados en el Centro del Cantón Pedro Carbo.
- Identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los comerciantes de la calle principal 9 de Octubre en el Cantón Pedro Carbo.
- Desarrollar un análisis FODA.

1.6 Idea a Defender

El diagnóstico socioeconómico de los comerciantes tanto pequeños como medianos de la calle principal 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo, aportará las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades y estrategias que tributen a la mejora de las organizaciones objeto de estudio.

1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad

La presente investigación “Diagnóstico de la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes de la calle 9 de octubre el Cantón Pedro Carbo” está inscrita en la línea 2 de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, a la que hace referencia la “Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación”. Asimismo, a la línea “Sostenibilidad económico-productiva y desarrollo de economías locales”.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes de la investigación

A continuación, se presentan algunos antecedentes teóricos relevantes para el estudio.

Tabla 1.

Diagnóstico socioeconómico de los Propietarios de microemprendimientos, ubicados en la ciudadela Panorama, Cantón Durán, Provincia del Guayas

Título:	Diagnóstico socioeconómico de los Propietarios de microemprendimientos, ubicados en la ciudadela Panorama, Cantón Durán, Provincia del Guayas
Institución:	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Año:	2021
Autor:	Carlos Eduardo Hidalgo Rodríguez
Ciudad y País:	Guayaquil, Ecuador
Resumen de la Investigación	
Problema:	¿Es factible determinar la situación Social y económica de los microempresarios de la Ciudadela Panorama?
Objetivo:	Analizar la situación Socioeconómica de los propietarios de microemprendimientos de la Ciudadela Panorama Enfoque: Mixto
Metodología:	Tipo de investigación: Descriptiva y de Campo Método: Cuantitativo, método estadístico Técnicas: Encuesta, entrevista
Resultados:	Como resultado se puede llegar que la mayoría de los microemprendimientos no tienen ingresos adecuados con los gastos que tienen. La mayoría de estos microemprendimientos tienen vivienda propia, pero otros deben alquilar y se les presenta un gasto más con respecto a sus ingresos. Cabe recalcar que las mujeres no contaban con un trabajo formal y decidieron buscar una fuente de trabajo con ingresos propios
Conclusiones:	Realizado la respectiva investigación que han aportado a este tema tanto el diagnóstico social como económico de los microempresarios, se pudo evidenciar las condiciones de vida de cada uno de los negocios; de sus ingresos dependen de lo que puedan vender y demás factores que están estipulados en esta tesis

Fuente: Hidalgo, C. (2021)

Elaborado por: Macias, (2024)

Tabla 2.

Análisis del comercio informal en el sector La Bahía asociación Santa Lucía en la ciudad de Guayaquil

Título:	Análisis del comercio informal en el sector La bahía asociación Santa Lucía en la Ciudad de Guayaquil
----------------	---

Institución:	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Año:	2022
Autor:	Erik Javier Avilés Morales
Ciudad y País:	Guayaquil, Ecuador

Resumen de la Investigación

Problema:	¿Cuál es la situación del comercio informal en el sector la Bahía asociación Santa Lucía en la ciudad de Guayaquil?
Objetivo:	Sustentar desde la teoría económica del comercio informal y su consecuencia en esa sociedad, también analizar la situación del comercio informal en el sector de la Bahía asociación Santa Lucía en la ciudad de Guayaquil Enfoque: Mixto
Metodología:	Tipo de investigación: De campo Método: Cuantitativo y Cualitativo
Resultados:	En su gran mayoría son personas minoristas, pero aun así estos están regidos por la normativa que abarca la asociación, que hace que puedan instalar sus negocios y realizar su actividad económica
Conclusiones:	El aumento consecutivo de la competencia ha generado que la situación laboral sea más estrecha, pero aun así los comerciantes fijos no se ven preocupados porque se ha pactado un acuerdo con los comerciantes informales para poder trabajar frente a sus negocios sin correr riesgos con la policía municipal

Fuente: Avilés, E. (2022)

Elaborado por: Macias, (2024)

Tabla 3.

Análisis de la cultura ambiental de los Microemprendedores del sector Sur parroquia Letamendi - Guayaquil

Título:	Análisis de la cultura ambiental de los Microemprendedores del sector Sur parroquia Letamendi - Guayaquil
----------------	---

Institución:	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Año:	2022
Autores:	Josué Mesías Córdova Zambrano Noemi Ofelia Ruiz Guamán
Ciudad y País:	Guayaquil, Ecuador

Resumen de la Investigación

Problema:	Los microemprendedores de este sector, desechan gran cantidad de desechan residuos sólidos como: envases de comida, palos, latas de cemento de contacto, entre otros
Objetivo:	Estudiar la cultura ambiental de microemprendedores de sector Sur parroquia Letamendi - Guayaquil
Metodología:	Tiene un enfoque mixto con estudio cualitativo, para disponer una relación entre los datos recopilando, llevando a cabo una investigación exploraría.
Resultados:	La falta de conocimiento ambiental, las limitadas prácticas de reciclaje dentro de las pequeñas empresas y el desmesurado consumo de sándwich de chancho y la quema de cables son algunas de las más relevantes que se constatan en la cultura ambiental
Conclusiones	Es fundamental incitar las empresas pequeñas para que promuevan acciones a la formar de una correcta cultura ambiental

Fuente: Córdova & Ruiz, (2022)

Elaborado por: Macias, (2024)

Tabla 4.

Análisis socioeconómico de la asociación de comerciantes del mercado Sur en la ciudad de Machala

Título:	Análisis socioeconómico de la asociación de comerciantes del mercado Sur en la ciudad de Machala
----------------	--

Institución:	Universidad Técnica de Machala
Año:	2016
Autor:	Cristhofer Alexander Gálvez Armijos
Ciudad y País:	Machala, Ecuador

Resumen de la Investigación

Problema:	El esfuerzo en conjunto de las personas que se unen para enfrentar problemas cotidianos mediante su acción voluntaria no es bastante cuando se conversa de obtención de presupuesto económicos y monetarios, ante lo cual se hace necesario contar primeramente con una base de datos que acceda ser la base de un plan estratégico apropiado planeado eficientemente para alcanzar los objetivos cotidianos de los asociados.
Objetivo:	¿Cómo influye la asociación de comerciantes del mercado Sur de la ciudad de Machala en el desarrollo social y económico de sus miembros?
Metodología:	Tipo de Investigación: Descriptiva Enfoque: Mixto Método: Cuantitativo método estadístico Técnica: Encuesta
Resultados:	Los resultados de la presente investigación efectuada a los comerciantes formales, concede afirmar que la actividad comercial, ha repercutido significativamente al desarrollo tanto social como económico de los habitantes de Machala y su entorno
Conclusión:	El comercio formal que está sujeto a normas públicas, ha causado fuentes de trabajo en diversas ocupaciones desde ayudante, técnicos, ejecutivos y directores que simboliza la inversión privada y la misma que influye en el crecimiento socioeconómico del Cantón Machala

Fuente: Gálvez, C. (2016)

Elaborado por: Macias, (2024)

Tabla 5.

Diagnóstico Socioeconómico y mapeo del emprendimiento en las provincias: Pichincha, Napo y Orellana

Título:	Diagnóstico Socioeconómico y mapeo del emprendimiento en las provincias: Pichincha, Napo y Orellana
----------------	---

Institución:	Pontificadora Universidad Católica del Ecuador
Año:	2017
Autor:	Carla Pamela Cevallos Loayza
Ciudad y País:	Quito, Ecuador

Resumen de la Investigación

Problema:	¿Es factible determinar la situación social y económica de los emprendimientos en las provincias Pichincha, Napo y Orellana?
Objetivo:	Analizar y mapear la situación socioeconómica del emprendedor en la región planificadora 2, Pichincha, Napo y Orellana Tipo de Investigación: Estadística y de Campo Enfoque: Mixto
Metodología:	Método: Cualitativo Técnica: Encuesta, entrevista
Resultados:	Los emprendedores forman parte de los elementos más activos que incitan las actividades productivas de mayor valor agregado, tanto en desarrollo social como económico. De la misma forma hallamos el capital financiero y el capital humano, el empresario en todas sus magnitudes es una fuente de crecimiento, esto es a causa de que gracias a su aporte se puede desenvolver de manera sustentable el progreso económico
Conclusión:	Muchas personas se han aventurado a comenzar sus proyectos de emprendimiento social, pero no han cosechado los frutos esperados y no todos han conseguido el éxito a largo plazo. es por eso se ha considerado ser relevante en estos aspectos que pueden influir en gran magnitud

Fuente: Cevallos, C. (2017)

Elaborado por: Macias, (2024)

Tabla 6.

*Diagnóstico y Desarrollo organizacional de un Microemprendimiento argentino.
Caso: María Chocolates*

Título:	Diagnóstico y desarrollo organizacional de un microemprendimiento argentino. Caso: María Chocolates
----------------	--

Institución:	Universidad empresarial siglo 21
Año:	2017
Autor:	María Del Pilar González
Ciudad y País:	Córdoba, Argentina

Resumen de la Investigación

Objetivo:	-Conocer y describir la situación actual de María Chocolates, analizando sus fortalezas y debilidades, e identificando oportunidades y amenazas. -Identificar oportunidades de mejora en los procesos productivos y administrativos, y consolidar aquellos con desempeño aceptable -Establecer las relaciones causa-efecto de los problemas detectados Tipo de Investigación: Estadística descriptiva Enfoque: Mixto
Metodología:	Método: Cuantitativo Técnica: Encuesta, entrevista
Resultados:	Los clientes encuestados, en su mayoría se encuentran complacidos con el precio, calidad, empaque y presentación de los productos de Maria Chocolate Este emprendimiento tiene altas posibilidades de crecimiento en el mercado y
Conclusión:	para aprovechar esa posibilidad de crecimiento, se formula estrategias en fundamento a sus fortalezas para superar las debilidades

Fuente: González, (2017)

Elaborado por: Macias, (2024)

2.2 Teorías relacionadas con el análisis económico y social:

2.2.1 Teoría del desarrollo Económico

Las teorías de desarrollo económico se encaminan hacia la optimización de las diferentes índoles de vida del ser humano en la sociedad, tanto como normas, políticas y leyes que están enlazadas al crecimiento humano. Este es

más amplio e incorpora variables cualitativas y cuantitativas. Cárdenas et al. (2018) menciona que:

Existen cuatro grandes teorías del desarrollo económico que sobresalen de todas las demás teorías que pudieran encontrarse al investigar el tema y al parecer siguen un orden cronológico en su aparición, partiendo de la idea de que el desarrollo es un fenómeno dinámico y evolutivo, por lo que se analiza a lo largo de la historia (p. 55)

En este caso la economía social y solidaria nos propone ideas concretas para consolidar frente a las políticas públicas para buscar un progreso de las políticas económicas sean equitativas. Éste es un sostén para el desarrollo humano porque así se da ventaja de adquirir eficiencia al fortalecimiento de las capacidades humanas. Así lo menciona Puig et al. (2016)

La economía social y solidaria, tanto promueve la participación de las personas, fomenta el aprendizaje y el trabajo cooperativo, lo que permite incrementar los niveles de compromiso de sus miembros y organizaciones, generando así una cultura de cooperación, de confianza mutua, de compromiso, valores compartidos, que refuerzan la identidad colectiva y el sentido de pertenencia. (p.18)

2.2.2 Teoría del Desarrollo Regional y Local

Esta teoría tiene como finalidad la formación y optimizar el capital humano, social y económico de toda una comunidad para participar local o regionalmente, con un sentido equitativo de ética a través de la generación de alianzas, a las exigencias económicas y sociales de la población. Sagastizabal (2007) define el desarrollo local como:

Procesos de desarrollo endógeno, basados en la articulación de las potencialidades locales para aprovechar las oportunidades que ofrece la actual dinámica globalizada del mercado mundial. Propone aprovechar el valor diferencial del entorno territorial como factor de producción, potenciar encadenamientos productivos facilitados por la cercanía y aprovechar las ventajas competitivas

derivadas de los recursos intangibles que aporta la vinculación conocimiento-territorio y la articulación de los actores públicos y privados (p. 38)

Es decir que el desarrollo local reúne diferentes dimensiones que lo cataloga como un proceso multifuncional, dicho de otra forma, se beneficia del desarrollo de los individuos en diferentes esferas constituye la situación socio económica del territorio.

2.2.3 Teoría del Bienestar

Se comprende por bienestar, a la agrupación de factores que hacen partícipe en la calidad de vida de los individuos y que la existencia de aquellos elementos, den lugar a la paz y tranquilidad del ser humano. Reyes (2014), en la revista Teoría del bienestar pone énfasis que “Debe ser usado en sentido amplio, no solo se debe incorporar los elementos de las teorías del bienestar que postulan como elemento primordial, la satisfacción de las necesidades o el placer” (p. 221). Indica las relaciones que surgen de los aspectos como suficiencia, ventajas, oportunidades.

2.2.4 Teoría del Emprendimiento

La incertidumbre, el riesgo, la motivación, la oportunidad, la competencia o el mercado son elementos relevantes en la mayoría de estos modelos; los proveedores, el producto, la competencia, las barreras de entrada, clientes, productos sustitutos y entre otros, son algunas variantes esenciales y puntos de referencia para iniciar el desarrollo de un emprendimiento así como lo menciona González et al. (2008), “La propuesta del modelo de emprendimiento en red nace como resultado de una investigación teórica con la revisión bibliográfica de los modelos conceptuales de emprendimiento, modelos de creación de empresas y modelos para la formación de redes empresariales” (p. 15). Dicho en otras palabras, el emprendedor para estabilizar o construir una empresa; debe arriesgar los recursos como trabajo, capital, entre otros.

Se debe considerar elementos que destaquen en todo negocio y a la vez que se va a dirigir y se considerarán el establecer relaciones de colaboración y confianza con otras entidades, pasar de una cultura productivista a una cultura empresarial de perfeccionismo continuo, poseer intención de cambio y aprendizaje. González et al. (2008) menciona:

Cuando un emprendedor proyecta crear una empresa dentro de una red empresarial, debe tener en cuenta que será necesario articular esa visión a las características y condiciones de dicha red; ejemplos de esa articulación pueden ser el límite del tamaño de la empresa o los estándares de calidad de los productos o servicios que se han de ofrecer. Es muy importante tener en cuenta que la visión del emprendedor es un elemento central en el proceso empresarial, la cual está definida no sólo por factores económicos y sociales, sino por su personalidad, cultura o incluso por elementos étnicos, además, el proceso de motivación del emprendedor está directamente relacionado con su visión. (p. 23)

2.2.5 Teoría del Capitalismo

Se conoce que la búsqueda de ganancia es propia al capitalismo, pero a su vez, en la raíz de la economía capitalista se encuentra una preferencia estructural al crecimiento de la cuota de beneficio. Hay una batalla que evita a los capitalistas mantener el mercado, es un arma de mucha importancia y por el cual el propietario puede incrementar su participación de la ganancia disponible. Según Lara (2022) nos expone que:

El capitalismo es el primer sistema de la historia humana que posibilita un gran un gran volumen de sobreproducción, naturalmente en lo que se refiere a los requisitos de la economía capitalista, solo es sobreproducción en términos de valor de cambio mas no de valor de uso, sin embargo, las mercancías en valor rentable, podrían usarse en forma normal. Por lo tanto, se llega a la conclusión que una crisis no es más que una expansión de la producción más allá de lo que se puede absorber el mercado sin

dejar de rendir una cuota adecuada de ganancia, es decir al caer la cuota de ganancia disminuye la inversión. (p.16)

2.3 Fundamentos teóricos

2.3.1 Diagnóstico

Un diagnóstico es básicamente un análisis que lo obtenemos al hacer levantamiento de información y posteriormente es utilizada para estudiar el fenómeno en cuestión. Castellanos, A & Jiménez, O (2020) indica que:

El diagnóstico no solo se realiza en el caso de que una empresa se encuentre con dificultades, también en el caso de que no se presenten problemas, se realiza un diagnóstico buscando conocer los orígenes de ese buen comportamiento y ver si es posible mejorar los rendimientos de la empresa. (p.6).

2.3.2 Diagnóstico Social

Se reconoce que juegan un papel fundamental los negocios y microemprendimientos en la economía del país y en su territorio social, todo esto se va enlazando con una serie de acontecimientos con resultado acumulativo. Al respecto Manuera, (2002) alude que:

El diagnóstico social es el intento de llegar a una definición lo más exacta posible de la situación social y de la personalidad de un cliente en concreto. La recogida de evidencia o investigación empieza el proceso, lo sigue el examen crítico y la comparación de evidencia, y por último se procede a su interpretación y a la definición de la dificultad social. Si una palabra debe describir el proceso entero, diagnóstico es más adecuado que investigación, aunque en su uso estricto la primera pertenece al final del proceso. (p.10).

2.3.3 Diagnóstico Económico

Permite reconocer la interacción de los sectores económicos más dinámicos que tienen demanda local a pesar de las limitaciones, lo que posibilita detallar los agregados económicos más importantes y las cadenas productivas existentes que les resulte ventajoso.

2.3.4 Diagnóstico social y económico

Un diagnóstico en pocas palabras, es un análisis que realiza una persona o un grupo de personas y este es de vital importancia cuando cumple un rol importante para una comunidad. Vera & Vera (2013), alude que “Es una medida total que combina la parte económica y sociológica de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas” (p.41)

2.3.5 Comercio formal en Ecuador

Está formado por empresas y trabajadores que operan bajo la legalidad, mediante leyes y normas establecidas en la constitución, con el debido pago de impuestos como aportación del financiamiento del estado. Con el pago de impuestos se permite reforzar la economía del comerciante de manera justa con la finalidad de avalar el desarrollo sostenible del sector. El comercio formal en Ecuador se ve afectado en gran parte por el comercio informal, debido a que la tasa de desempleo ha ido en ascenso incluso antes de la pandemia. Quispe Fernández et al. (2020) alega en la revista de la Universidad de Ciencias Sociales de la Universidad del Zulia que:

En Ecuador el comercio es una actividad formal, que representa el 32,2% superior al 26,8% con relación a América Latina, siendo la mayor actividad desarrollada por la población económicamente activa de género femenino, que representa el 42,4% con respecto a los varones que alcanza el 25%. (p. 217)

2.4. Marco Legal

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)

Para la siguiente investigación se considera destacable el artículo 283, sección primera en el que refiere como sistema económico y opta una perspectiva social y solidaria al reconocer al ser humano como sujeto y objetivo principal. Se busca instaurar una relación balanceada y dinámica entre la sociedad, el estado, y el mercado en armonía con la naturaleza, con el propósito de asegurar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales necesarias para el bienestar. El sistema económico está compuesto por diversas formas de organización económica, como la pública, privada, mixta, popular y solidaria, así como otras que sean determinadas por la Constitución. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la legislación vigente e incluirá a los sectores cooperativos, asociativos y comunitarios (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En la sección octava se describe que los servicios financieros son de interés público y su ejercicio estará sujeto a la autorización estatal y regulaciones establecidas por la ley. Su objetivo principal es salvaguardar los depósitos y satisfacer las necesidades de financiamiento para el logro de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras actuarán como intermediarios eficientes de los recursos recaudados, fortaleciendo la inversión productiva nacional y promoviendo un consumo social y ambientalmente responsable. El Estado promoverá el acceso a servicios financieros y la democratización del crédito. La regulación y supervisión del sector financiero privado no eximirá la responsabilidad de la solvencia bancaria ni implicarán garantía alguna por parte del Estado. Los administradores y controladores de las instituciones financieras serán responsables de su solvencia. Queda expresamente prohibido el congelamiento o retención arbitraria o generalizada de fondos o depósitos en entidades financieras tanto públicas como privadas. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En el artículo 319, capítulo sexto de trabajo y producción reconoce diversas modalidades de organización de la producción en la economía, incluyendo las formas comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá aquellas formas de producción que contribuyan al bienestar de la población, mientras que desalentará aquellas que pongan en riesgo sus derechos o los de la naturaleza. Se fomentará la producción que satisfaga la demanda interna y asegure una participación activa del país en el contexto internacional (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

2.4.2 Código de Comercio

El artículo 8 orientado a los actos y operaciones mercantiles nos indica que los siguientes ítems son considerados actividad de comercio para todos los efectos legales. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2019)

- a) La compra o permuta de bienes muebles, con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos;
- b) La compra o permuta de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de los mismos;
- c) La compra o enajenación de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos;
- d) La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las acciones, participaciones o partes sociales;
- e) La producción, transformación, manufactura y circulación de bienes;
- f) El transporte de bienes y personas;
- g) Las operaciones descritas y reguladas por el Código Orgánico Monetario y Financiero, sin perjuicio de que las mismas se encuentran sometidas a dicha ley;
- h) Las actividades de

representación, prestadas por terceros, a través de las cuales se colocan productos o se prestan servicios en el mercado;

i) Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes;

j) Las actividades mercantiles realizadas por medio de establecimientos físicos o sitios virtuales, donde se oferten productos o servicios;

k) El contrato de seguro;

l) Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza;

m) El depósito de mercaderías; y, en general, la tenencia de bienes a título oneroso;

n) Las actividades de interrelación derivadas de los contratos existentes entre los prestadores de servicios de transporte y sus usuarios;

o) El contrato de operación logística;

p) La prenda, y otras garantías que se regulen en este Código;

q) Las operaciones de crédito;

r) La colaboración empresarial cuando está encaminada a realizar actos de comercio; y,

s) Otros de los que trata este Código.

Se tendrán así mismo como actos de comercio todos los relacionados con actividades o empresas de comercio, y los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales. (p. 5)

2.4.3 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria

También se ha tomado en cuenta para esta investigación el artículo 76 en el cual un comerciante minorista es una persona natural que, de forma autónoma, desarrolle un pequeño negocio de provisión de artículos y bienes de

uso o de consumo y prestación de servicios, siempre que no exceda los límites pendientes asalariados, capital, activos y ventas que serán fijados anualmente por la superintendencia (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011)

En el artículo 133 menciona que los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva Ley, incluirán en su planificación y presupuestos anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo para el fomento y fortalecimiento de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, e impulsarán acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales y mercados u otros. Los Gobiernos Autónomos en el ámbito de sus competencias, determinarán los espacios públicos para el desarrollo de las actividades económicas de las personas y las organizaciones amparadas por esta Ley. (p. 25)

2.4.4 Ley Orgánica de emprendimiento e innovación

De la ley del emprendimiento resalta el artículo 19 porque se refiere a la formación en habilidades técnicas y blandas, donde explica que el Ministerio de Educación y la SENESCYT, o quien haga sus veces, vigilarán que en los niveles de educación básica, secundaria y de tercer nivel, se establezcan mallas curriculares que incluyan contenidos y criterios de evaluación de la formación, orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor e innovador, desarrollo de competencias para el emprendimiento basadas en el crecimiento personal del estudiante, la responsabilidad ambiental y social, la ética empresarial, autoconfianza, toma de decisiones, toma de riesgos calculados, creación de valor, liderazgo, creatividad, resolución de conflictos y demás que fueran necesarias para formar al emprendedor. (Ley orgánica de emprendimiento e innovación, 2020)

El CONEIN, en coordinación con el Ministerio de Educación y la SENESCYT, emitirá resoluciones con recomendaciones sobre los conocimientos técnicos y las competencias que se deberán incluir en las mallas curriculares o los programas formativos.

La capacitación dirigida a los integrantes de la economía popular y solidaria estará a cargo de la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional y Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional en el ámbito de sus competencias, incluirán, en sus programas de capacitación, asistencia técnica con la finalidad de fortalecer sus conocimientos, mejorar sus capacidades productivas y fomentar la innovación. (p. 9)

2.4.5 Ley de Gestión Ambiental

De acuerdo con el artículo 395 de la Ley de Gestión Ambiental (2012), explica que el Estado: “garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras” (p. 92).

Además, en base al artículo 65 de la Ley de Gestión Ambiental (2012), “El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza” (p. 51).

También en el artículo 376 de la Constitución de la República del Ecuador (2012):

Para hacer efectivo el derecho a la vivienda, al hábitat y a la conservación del ambiente, las municipalidades podrán expropiar, reservar y controlar áreas para el desarrollo futuro, de acuerdo con la ley. Se prohíbe la obtención de beneficios a partir de prácticas especulativas sobre el uso del suelo, en particular por el cambio de uso, de rústico a urbano o de público a privado. (p. 170)

El marco legal proporciona una base sólida para analizar la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes desde múltiples perspectivas: su

estatus legal, las protecciones y apoyos disponibles, las regulaciones que deben cumplir, y las oportunidades de desarrollo que tienen. Además, permite contextualizar tu estudio dentro de los objetivos más amplios de desarrollo económico y social del Ecuador.

La justificación de este marco legal para la investigación supone:

- La comprensión del entorno normativo en el que operan los pequeños comerciantes.
- Evaluar si las políticas y leyes actuales están cumpliendo su objetivo de apoyar a este sector.
- Identificar posibles brechas entre la legislación y la realidad socioeconómica de los comerciantes.
- Proponer acciones basadas en el marco legal existente para mejorar la situación de los pequeños comerciantes en Pedro Carbo

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un enfoque mixto, debido a que combina la investigación cualitativa y cuantitativa. La investigación cualitativa permite entender las experiencias, opiniones y motivaciones de las personas; mientras que, la investigación cuantitativa es empleada para recolectar datos numéricos y generar estadísticas. Ambas pueden proporcionar una visión más completa y detallada del tema de estudio. (Sánchez, 2019, p. 104)

El trabajo investigativo se fundamenta básicamente en el análisis socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del Cantón Pedro Carbo, el mismo se basa en constatar la realidad social y económica, es por ello que se usa un enfoque mixto ya que permite obtener e interpretar la información.

3.2 Alcance de la investigación

Este trabajo investigativo tiene un alcance de tipo descriptivo, debido a que, se analiza, describe y se interpretan los resultados de la situación socioeconómica de los pequeños comerciantes, recabando una diversidad de datos necesarios para entender el escenario actual. Asimismo, medir diferentes ítems representativos para el estudio y denotar posibles acciones de mejora.

Villavicencio (2016), puntualiza que “Los estudios descriptivos son el primer acercamiento, serio, de la comunidad científica a un fenómeno que sucede en la naturaleza, tienen la función de caracterizar la frecuencia de aparición del mismo” (p. 6)

3.3 Técnicas e instrumentos para obtener los datos

Para el desarrollo de este proyecto de investigación supone la utilización de las técnicas de la investigación: entrevista, encuesta y la observación. Se desarrolló cuestionarios que nos proporciona información para indagar sobre el problema a investigar.

Para Mata (2020) la observación es un método que se aplica de forma sistemática y coherente en función del diseño de investigación determinado requiriendo los propósitos de la técnica, los criterios de observación y planificación de procedimientos

Las encuestas son herramientas fundamentales para recopilar información objetiva sobre la percepción y las condiciones de una población específica. Estas presentan un formulario que contiene una serie de preguntas dirigidas a personas seleccionadas con el propósito de recolectar los datos necesarios para evaluar la situación en particular de un grupo en específico. (Hernández & Coello, 2008)

Las entrevistas a expertos son un método de recolección de datos cualitativos que involucra la consulta a personas con un conocimiento especializado y profundo en una determinada área de estudio. Este tipo de entrevistas se usan para adquirir una visión detallada y experta sobre un tema específico que se está investigando. Los expertos, debido a su formación, experiencia y habilidades, pueden proporcionar información crítica, percepciones y comprensiones que pueden ser muy valiosas para la exploración de hechos, tendencias y fenómenos complejos. (Hernández & Coello, 2008)

En el Anexo 1 se muestra el cuestionario de la encuesta y en el Anexo 2 el cuestionario de la entrevista.

3.4 Población y muestra

Para (Lopez , 2004) considera que la población refiere el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación y la muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación.

Para este trabajo de investigación la unidad de análisis son los pequeños comerciantes de estos negocios que están ubicados en la calle 9 de octubre del cantón Pedro Carbo.

En la realización del estudio no se encontró un documento oficial donde detallara un total exacto de los pequeños negocios que existen en esta área de estudio. Por tal razón, se decidió realizar un censo por medio de la observación e indagación acerca de los mismos en este sector, durante el periodo del 03 al 16 de junio del 2024, identificando así un total de 38 pequeños negocios.

La muestra es de tipo no probabilística por conveniencia.

Según Etikan et al. (2016):

El muestreo no probabilístico por conveniencia es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona a los participantes del estudio basándose en su accesibilidad, disponibilidad y proximidad, en lugar de utilizar una selección aleatoria. Este método se emplea cuando los sujetos de estudio están fácilmente disponibles y cumplen con ciertos criterios prácticos, como la cercanía geográfica, la disponibilidad en un momento dado o la voluntad de participar. (p.2)

CAPÍTULO IV PROPUESTA O INFORME

4.1 Presentación y análisis de resultados

A continuación, se expone los resultados de la encuesta realizada a los pequeños comerciantes de la calle 9 de octubre, cantón Pedro Carbo.

4.1.1 Resultados de la encuesta

Dimensión Económica

1. ¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales promedio por la actividad comercial?

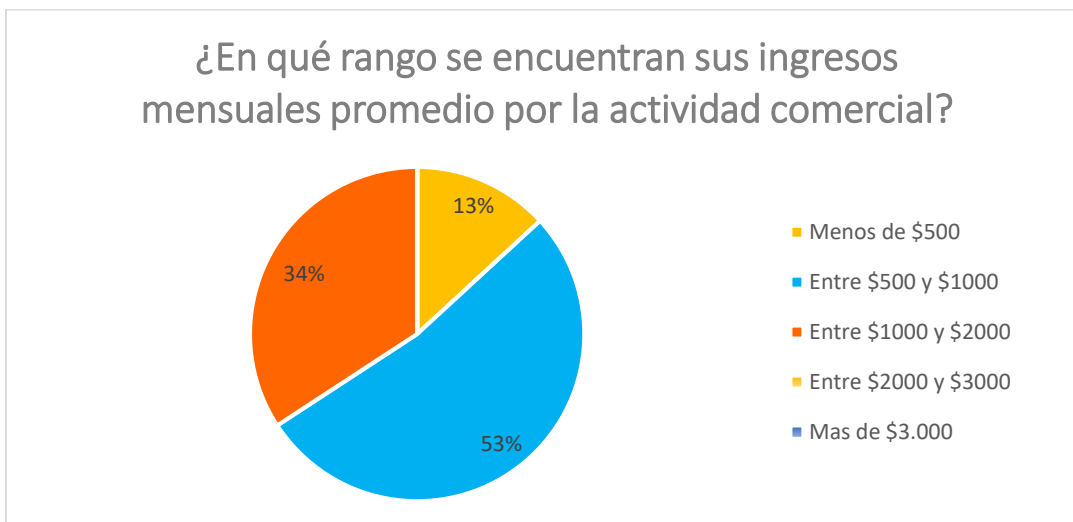
Tabla 7.
Ingresos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$500	5	13%
Entre \$500 y \$1000	20	53%
Entre \$1000 y \$2000	13	34%
Entre \$2000 y \$3000	0	0
Mas de \$3.000	0	0
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 1.
Ingresos



Fuente: Tabla 7
Elaborado por: Macías, (2024)

En la figura 1 se puede observar que los ingresos mensuales de los pequeños comerciantes en promedio por su actividad comercial están entre los \$500 y \$1000 que corresponde a un porcentaje mayoritario que es del 53%, con un ingreso mensual entre los \$1000 y los \$2000 se concentra un 34% de los pequeños comerciantes y una minoría del 13% tenemos a los comerciantes con un ingreso mensual menor a \$500.

2. ¿Considera que sus ingresos son suficientes para cubrir las necesidades básicas de su familia?

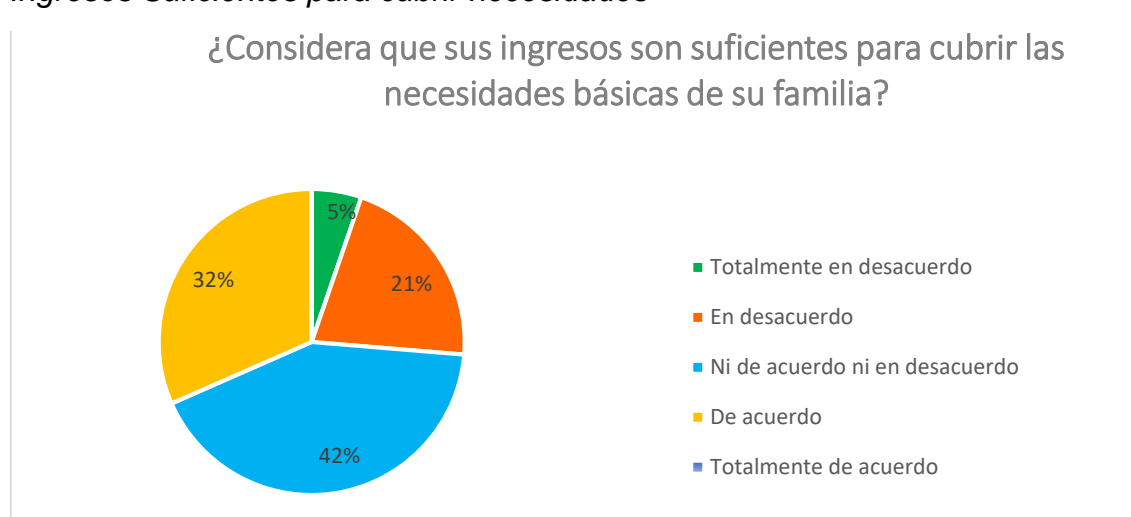
Tabla 8.
Ingresos Suficientes para cubrir necesidades

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	8	21%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	42%
De acuerdo	12	32%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 2.
Ingresos Suficientes para cubrir necesidades



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Macías, (2024)

Se observó que el 42% de los comerciantes considera que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a sus ingresos son suficientes para cubrir sus necesidades básicas, el 32% está de acuerdo, el 21% está en desacuerdo y una minoría se concentra con el 5%. Se puede concluir que los pequeños comerciantes mayormente consideran que sus ingresos no siempre pueden cubrir sus necesidades básicas en su totalidad.

3. ¿Ha experimentado una disminución en sus ingresos durante el último año?

Tabla 9.

Disminución de sus ingresos

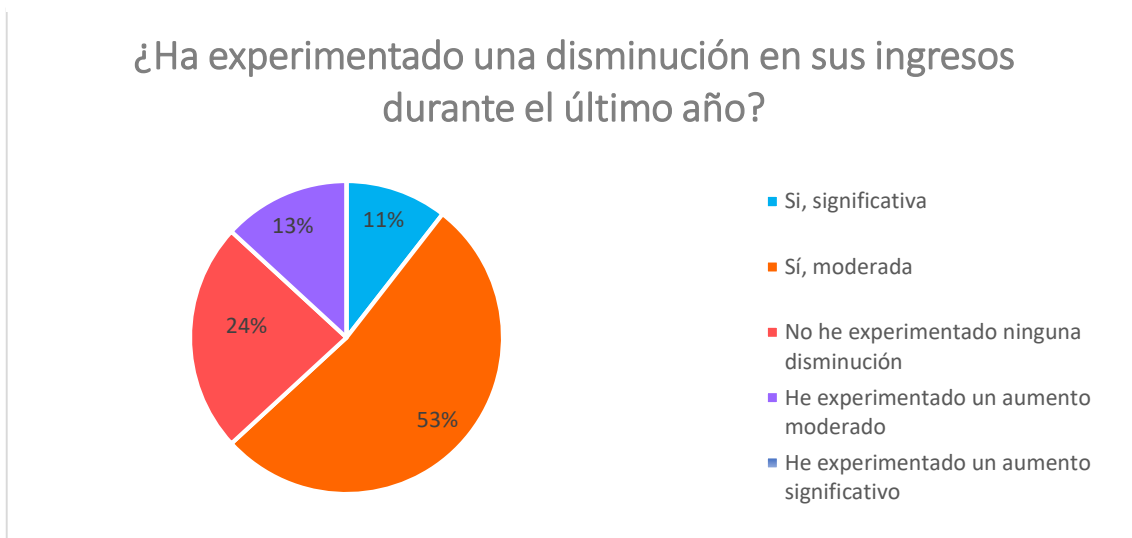
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si, significativa	4	11%
Sí, moderada	20	53%
No he experimentado ninguna disminución	9	24%
He experimentado un aumento moderado	5	13%
He experimentado un aumento significativo	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 3.

Disminución de sus ingresos



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Macías, (2024)

De acuerdo con la encuesta aplicada, se puede observar que un 53% afirma que de manera moderada han experimentado una disminución de sus ingresos, por consiguiente, tenemos que un 24% no ha experimentado ninguna disminución y el 13% y 11% ha experimentado un aumento entre moderado y significativo con respecto a sus ingresos durante el último año.

4. ¿Ha solicitado algún tipo de financiamiento para su negocio?

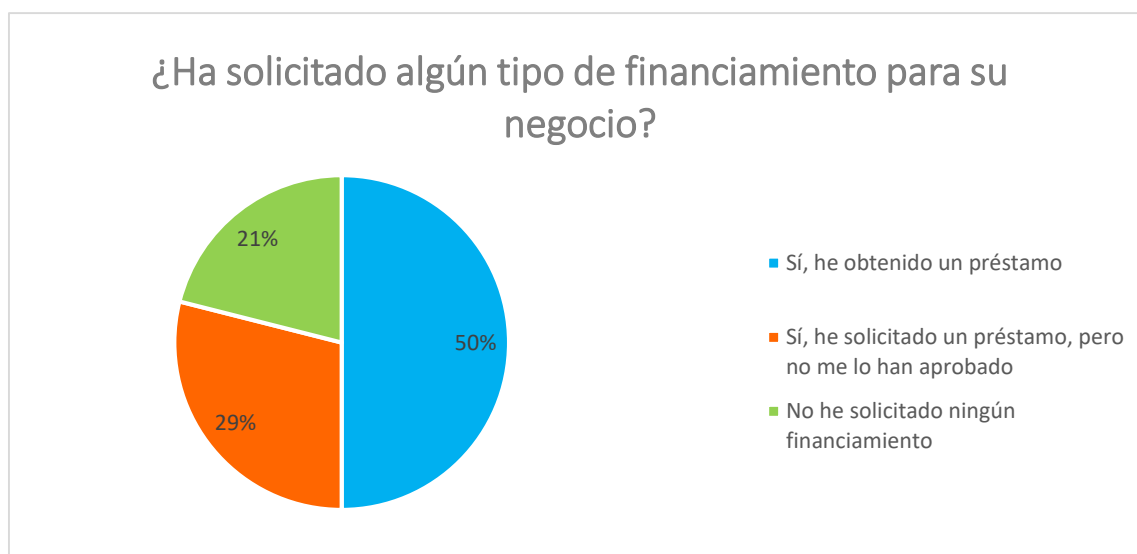
Tabla 10.
Financiamiento

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, he obtenido un préstamo	19	50%
Sí, he solicitado un préstamo, pero no me lo han aprobado	11	29%
No he solicitado ningún financiamiento	8	21%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 4.
Financiamiento



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Macías, (2024)

Según la información recogida por medio de las encuestas, se observó que el 50% de los pequeños comerciantes han obtenido un préstamo, también tenemos que un 29% han solicitado el préstamo, sin embargo, este ha sido negado y un 21% de los comerciantes encuestados no han solicitado ningún tipo de financiamiento para sus negocios. Se puede concluir que mayormente los comerciantes se han inclinado por financiamiento para poder seguir con sus actividades comerciales.

5. ¿Qué tipo de dificultades ha encontrado para acceder a financiamiento?

Tabla 11.

Dificultad para acceder al financiamiento

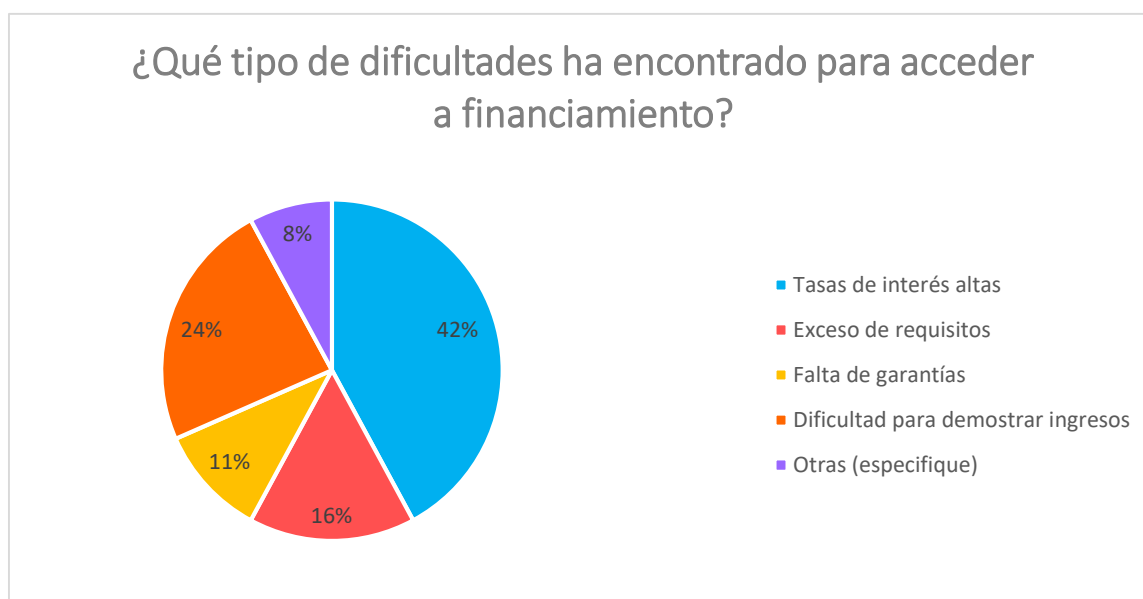
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tasas de interés altas	16	42%
Exceso de requisitos	6	16%
Falta de garantías	4	11%
Dificultad para demostrar ingresos	9	24%
Otras (especifique)	3	8%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 5.

Dificultad para acceder al financiamiento



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Macías, (2024)

Se puede observar que las altas tasas de interés abarcan en su mayoría con un 42% entre los comerciantes encuestados, un 24% ha tenido dificultad para demostrar sus ingresos al acceder a un financiamiento, el 16% explica que muchas veces exigen exceso de requisitos, por otro lado, un 11% tiene falta de garantías y el 8% ha tenido otras dificultades debido a su historial crediticio y la demora en dar una respuesta a ese financiamiento que se ha solicitado.

6. ¿Considera que las instituciones financieras ofrecen productos y servicios adecuados para las necesidades de los pequeños comerciantes?

Tabla 12.

Las instituciones financieras ofrecen productos y servicios adecuados para las necesidades

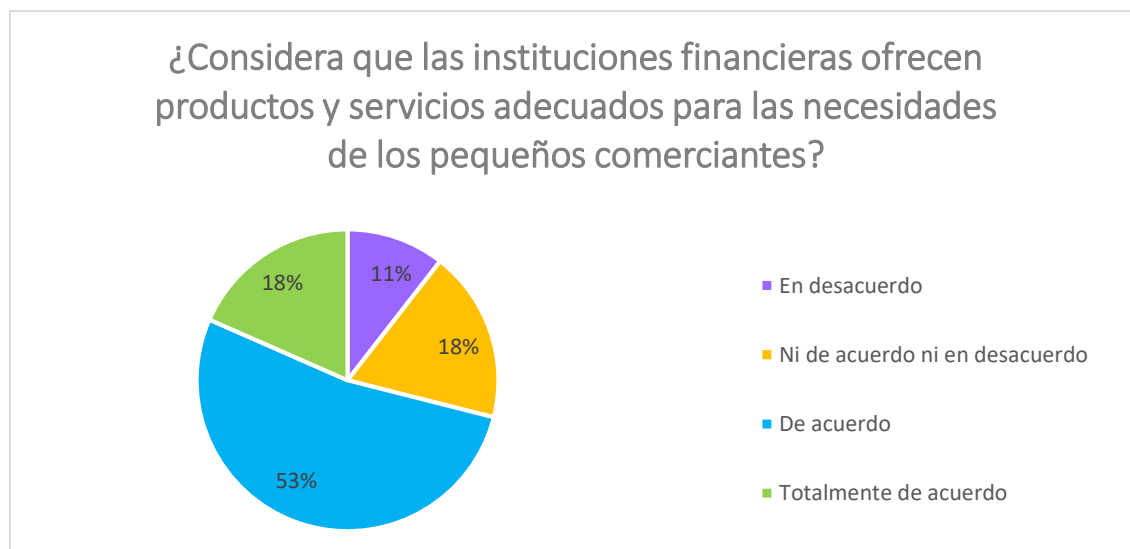
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	4	11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	18%
De acuerdo	20	53%
Totalmente de acuerdo	7	18%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 6.

Las instituciones financieras ofrecen productos y servicios adecuados para las necesidades



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Macías, (2024)

A partir de los resultados de las encuestas, se apreció que 53% de los comerciantes está de acuerdo que las instituciones financieras ofrecen los productos y servicios adecuados para sus necesidades, por consiguiente, observamos que un 18% está ni acuerdo, ni en de desacuerdo y el otro 18% está totalmente de acuerdo; para culminar, un 11% nos indica que está en desacuerdo con instituciones porque no ofrecen los productos y servicios adecuados.

7. ¿Cuáles son sus principales costos operativos? Supone más de una elección.

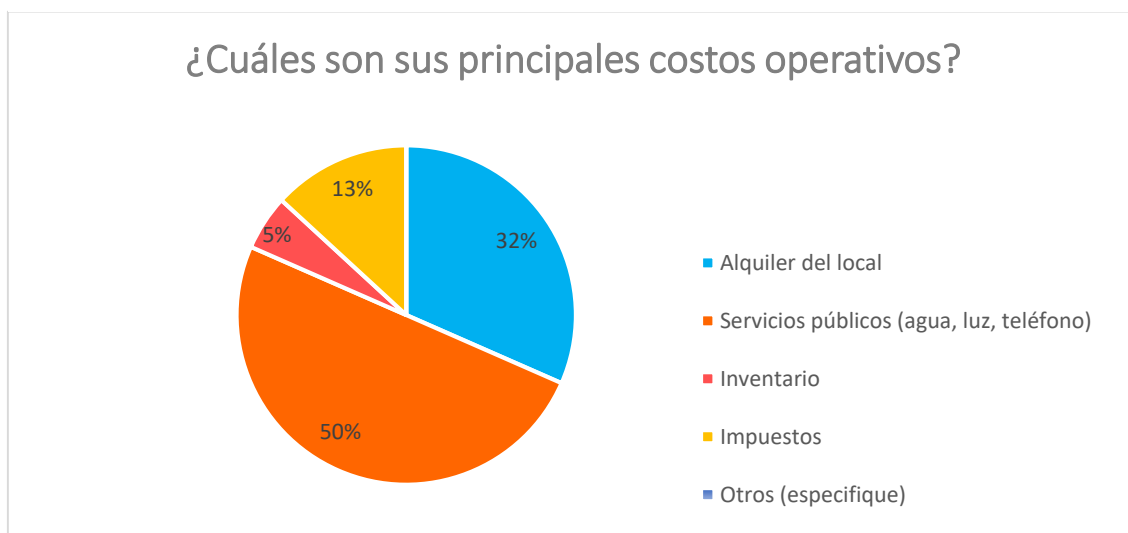
Tabla 13.
Costos operativos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alquiler del local	24	32%
Servicios públicos (agua, luz, teléfono)	38	50%
Inventario	4	5%
Impuestos	10	13%
Otros (especifique)	0	0%
Total	76	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 7.
Costos operativos



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Macías, (2024)

De acuerdo con los hallazgos presentados, se puede observar que mayormente los servicios públicos (agua, luz, teléfono) abarcan un 50% entre los costos operativos de los pequeños comerciantes, por otro lado, el 32% afirma que el alquiler del local es su principal costo operativo, el 13% se refiere al pago de impuestos y un 5% lo hace en inventario.

8. ¿Considera que los costos operativos son excesivamente altos para su negocio?

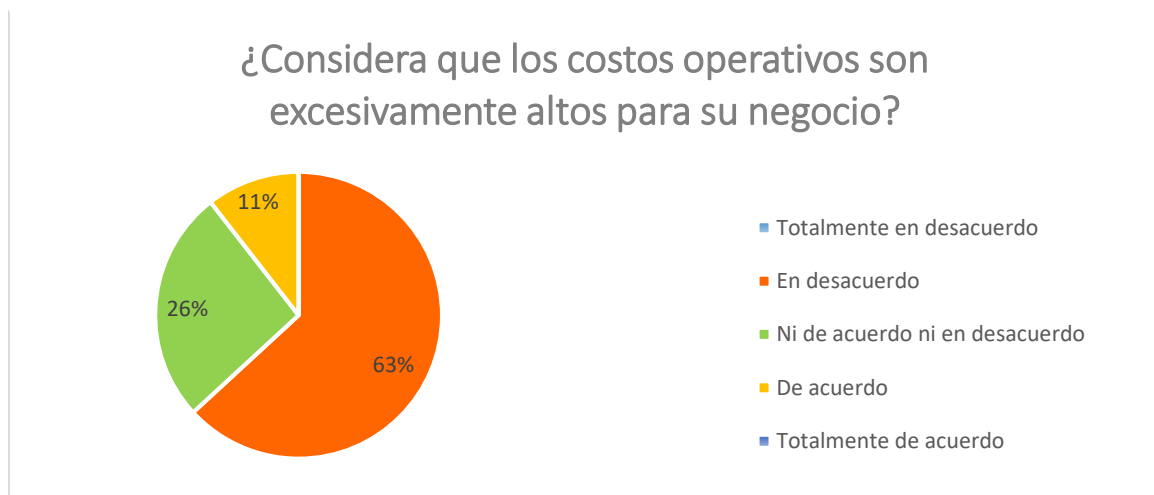
Tabla 14.
Costos operativos son excesivamente altos para el negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	24	63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	26%
De acuerdo	4	11%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 8.
Costos operativos son excesivamente altos para el negocio



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: Macías, (2024)

Se observa que un 63% de los pequeños comerciantes encuestados está en desacuerdo con respecto a que sus costos operativos sean altos, un 26% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y una minoría que corresponde al 11%, está de acuerdo con que sus costos operativos son altos para sus negocios.

9. ¿Ha implementado alguna estrategia para reducir sus costos operativos?

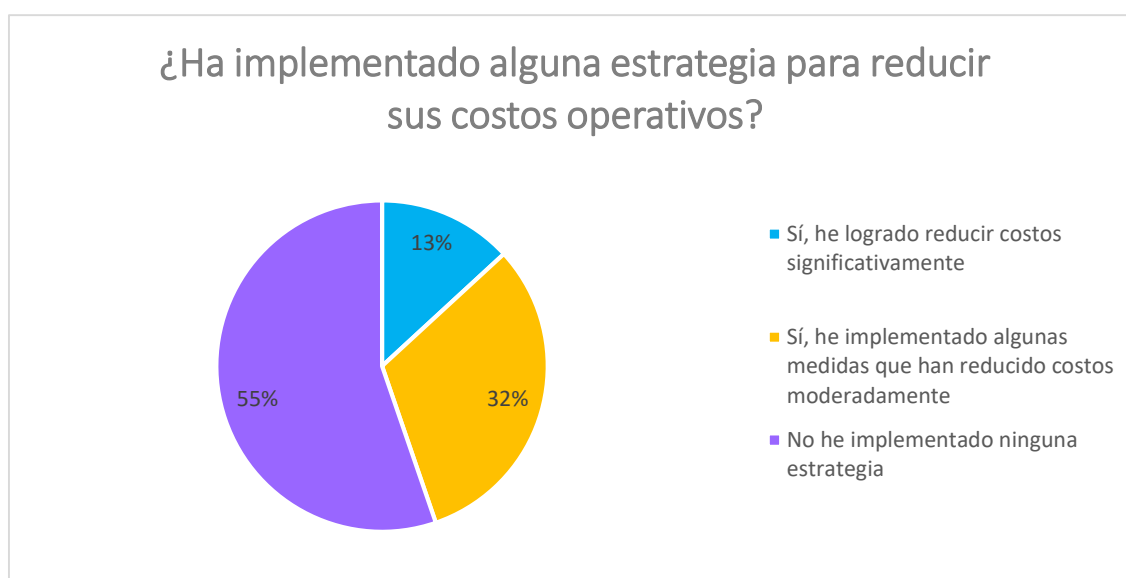
Tabla 15.
Estrategia para reducir sus costos operativos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, he logrado reducir costos significativamente	5	13%
Sí, he implementado algunas medidas que han reducido costos moderadamente	12	32%
No he implementado ninguna estrategia	21	55%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 9.
Estrategia para reducir sus costos operativos



Fuente: Tabla 15

Elaborado por: Macías, (2024)

De acuerdo a la encuesta aplicada el 55% de los pequeños comerciantes no han implementado ninguna estrategia para reducir sus costos operativos, el 32% destaca que si ha implementado medidas que le han permitido reducir estos costos moderadamente y con un 13% los pequeños comerciantes si han logrado reducir significativamente estos costos operativos.

10. ¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas en el último año?

Tabla 16.

Ventas

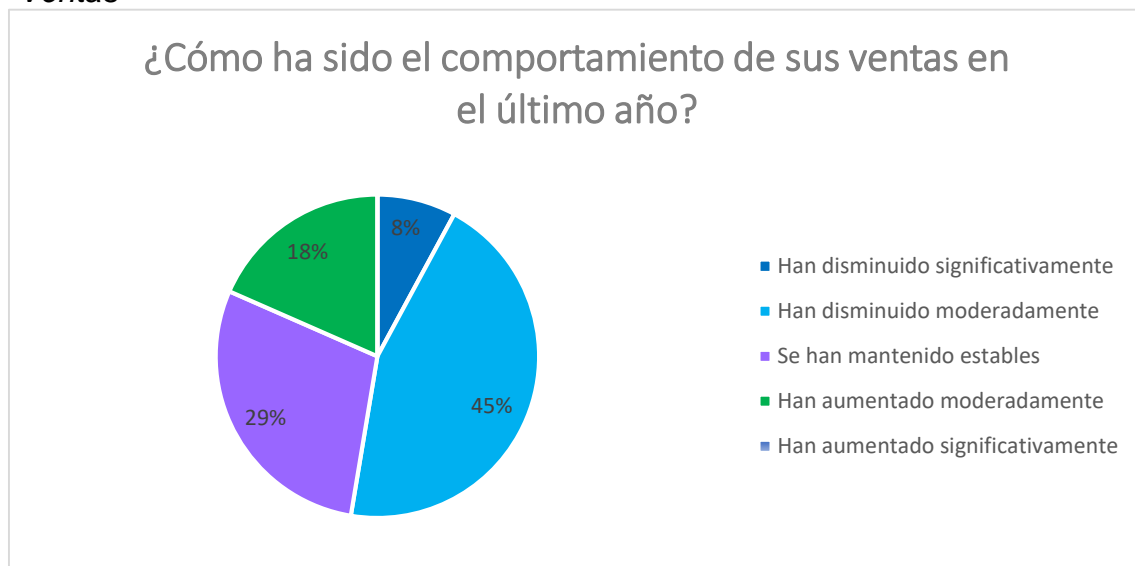
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Han dismin uido significativamente	3	8%
Han dismin uido moderadamente	17	45%
Se han mantenido estables	11	29%
Han aumentado moderadamente	7	18%
Han aumentado significativamente	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 10.

Ventas



Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Macías, (2024)

A partir de los resultados de las encuestas se puede observar que el 45% de los pequeños comerciantes encuestados afirman que sus ventas han disminuido moderadamente, el 29% asegura que sus ventas se han mantenido estables, un 18% de los encuestados han observado un aumento moderadamente de sus ventas y una minoría del 8% ha tenido una disminución significativa en sus ventas el último año.

11. ¿Qué factores cree que han influido en el comportamiento de sus ventas?

Tabla 17.

Factores que influyen en el comportamiento de las ventas

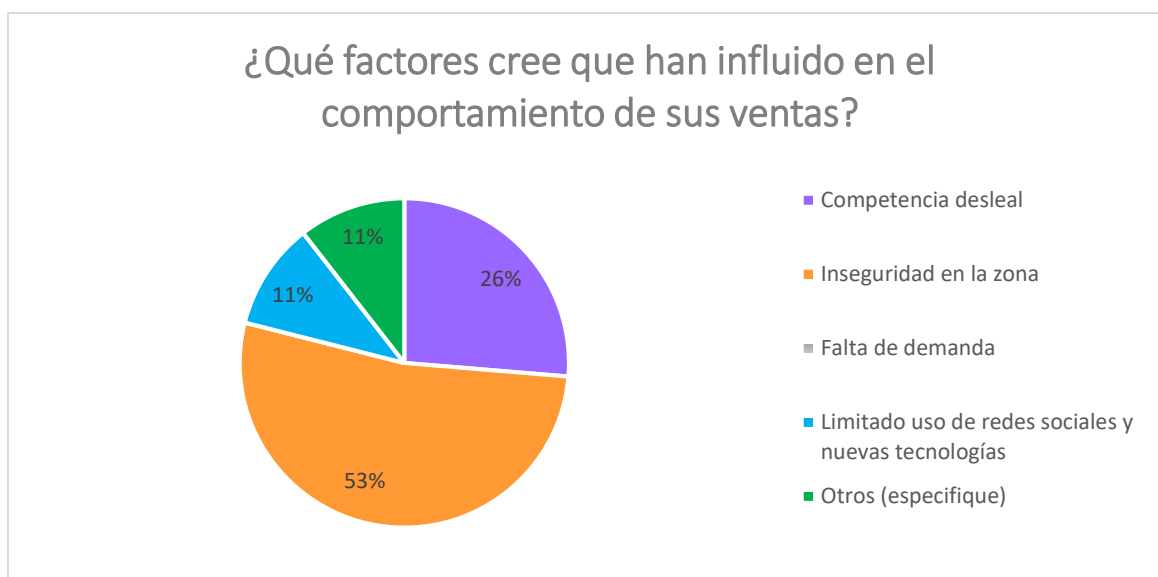
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Competencia desleal	10	26%
Inseguridad en la zona	20	53%
Falta de demanda	0	0%
Limitado uso de redes sociales y nuevas tecnologías	4	11%
Otros (especifique)	4	11%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 11.

Factores que influyen en el comportamiento de las ventas



Fuente: Tabla 17

Elaborado por: Macías, (2024)

De los resultados obtenidos con las encuestas, nos permitió reconocer que el 53% de los pequeños comerciantes afirman que la inseguridad en la zona es uno de los factores que más influyen en el comportamiento de sus ventas, el 26% afirma que la competencia desleal es uno de estos factores y el 11% tiene un limitado uso de redes sociales y nuevas tecnologías, mientras tanto el otro 11% abarca otros factores como los denominadores vacunadores que impiden el desarrollo de sus actividades económicas.

12. ¿Qué estrategias ha implementado para aumentar sus ventas?

Tabla 18.

Estrategias implementadas para aumentar las ventas

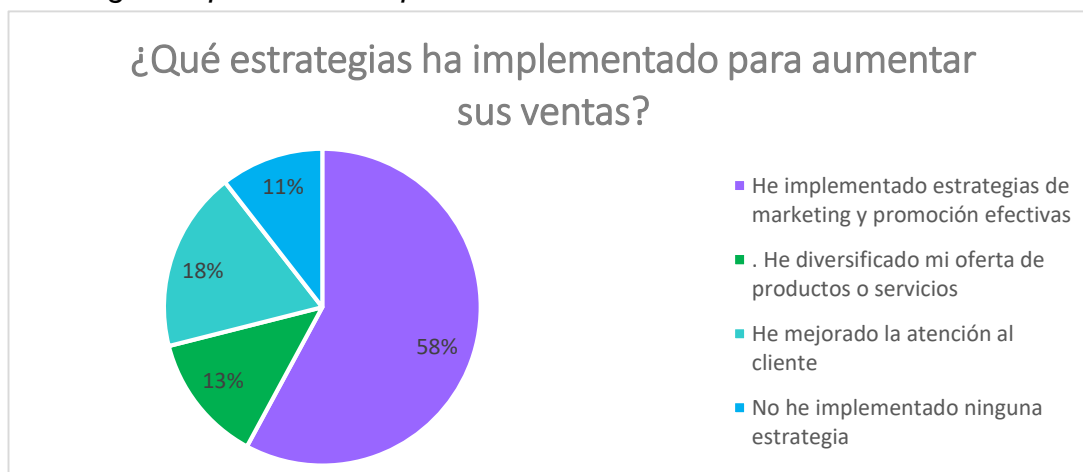
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
He implementado estrategias de marketing y promoción efectivas	22	58%
He diversificado mi oferta de productos o servicios	5	13%
He mejorado la atención al cliente	7	18%
No he implementado ninguna estrategia	4	11%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 12.

Estrategias implementadas para aumentar las ventas



Fuente: Tabla 18

Elaborado por: Macías, (2024)

De acuerdo a la encuesta aplicada se puede reflejar que el 58% de los pequeños comerciantes han implementado estrategias de marketing y promoción efectivas, este grupo hace crecer sus ventas por medio de promociones y ofertas a sus clientes; siendo así más atractivo el negocio, a lo que se suma también el marketing por contenido para así ser darse a conocer por medio de redes sociales y promocionar su producto o servicio, seguido de un grupo más pequeño que abarca el 18% que ha implementado el mejoramiento en atención al cliente, un 13% ha mejorado su oferta de productos o servicios y una minoría del 11% no ha implementado ninguna estrategia para aumentar sus ventas.

13. ¿Ha recibido alguna capacitación en los últimos años relacionada con la gestión de su negocio?

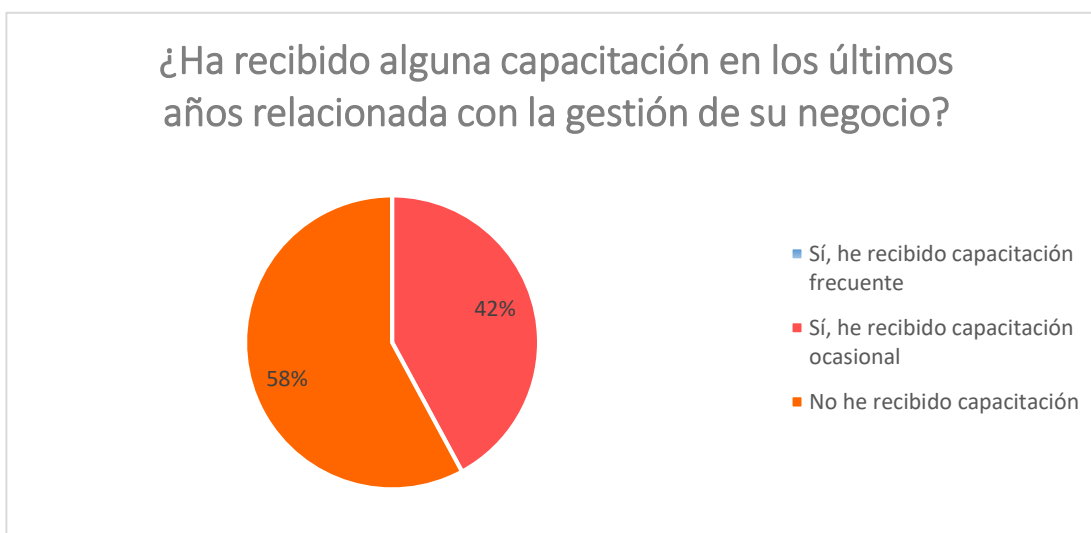
Tabla 19.
Capacitación relacionada a la gestión del negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, he recibido capacitación frecuente	0	0%
Sí, he recibido capacitación ocasional	16	42%
No he recibido capacitación	22	58%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 13.
Capacitación relacionada con la gestión del negocio



Fuente: Tabla 19

Elaborado por: Macías, (2024)

De acuerdo con los hallazgos presentados, podemos observar que el 58% de los comerciantes encuestados afirman que no han recibido ningún tipo de capacitación relacionado a la gestión de su negocio, esto se debe a que existe una gran cantidad de comerciantes mayores con respecto a su edad y consideran que estas capacitaciones no le brindarán suficiente ayuda para su negocio por consiguiente, tenemos otro grupo de comerciantes que abarca el 42% y han recibido capacitación ocasional, aquí se encuentra un grupo de personas más jóvenes y se han unido a capacitaciones gratuitas brindadas por instituciones o buscan la forma de auto educarse para administrar mejor su negocio.

14. ¿Cómo considera que será la situación económica de su negocio en el próximo año?

Tabla 20.

Situación económica del negocio para el próximo año

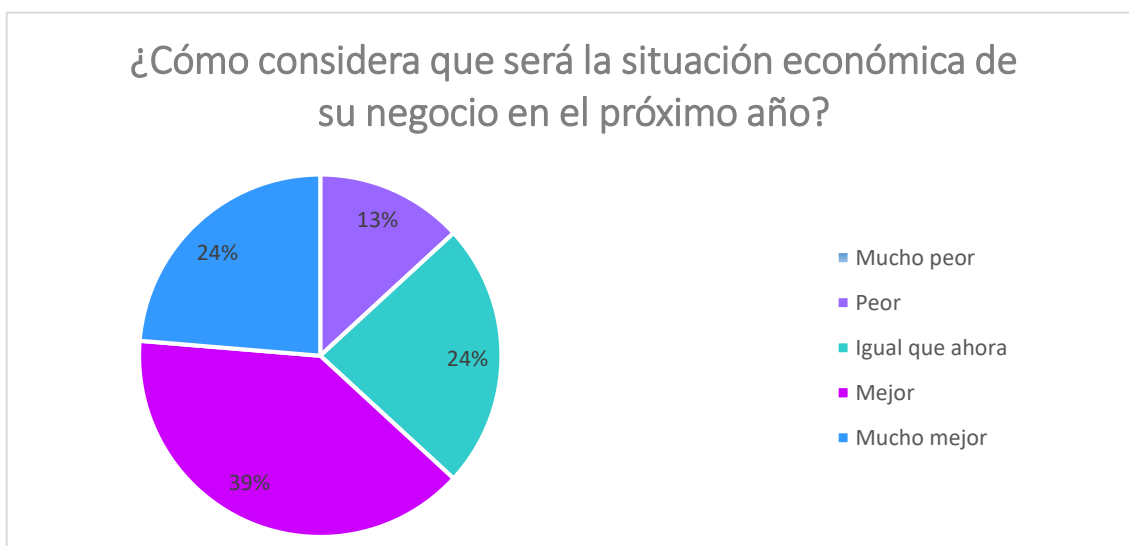
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Mucho peor	0	0%
Peor	5	13%
Igual que ahora	9	24%
Mejor	15	39%
Mucho mejor	9	24%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 14.

Situación económica para el próximo año



Fuente: Tabla 20

Elaborado por: Macías, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas el 39% de los pequeños comerciantes consideran que les irá mejor en su situación económica para el próximo año, el 24% considera que le irá igual que ahora y el otro 24% expresa que les irá mucho mejor, por último, un 13% cree que su situación empeorará para el próximo año, todo esto se debe a la situación actual del país, la gente cada vez consume menos o y por lo tanto es una caída en sus ventas.

15. ¿Cómo califica el nivel de seguridad en la zona donde desarrolla su actividad comercial?

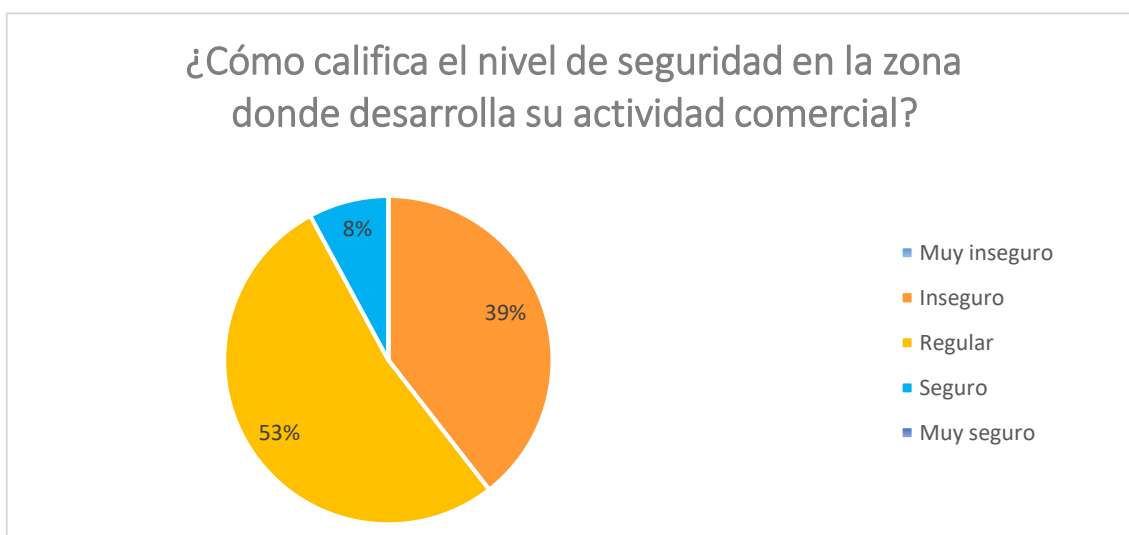
Tabla 21.
Seguridad de la zona

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy inseguro	0	0%
Inseguro	15	39%
Regular	20	53%
Seguro	3	8%
Muy seguro	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 15.
Seguridad de la zona



Fuente: Tabla 21

Elaborado por: Macías, (2024)

La información recolectada por medio de la encuesta nos permitió conocer que 53% de los pequeños comerciantes consideran que la seguridad de la calle 9 de octubre es regular, el 39% expresa que esta zona donde desarrolla su actividad económica es insegura y una minoría del 8% lo califica como una zona segura. A pesar de que una gran mayoría de comerciantes lo califica como regular, esta zona ya ha sido víctima de robos y asaltos a sus locales, muchos de estos pagan vacuna para una supuesta “seguridad” que es brindada por personas que tienen a cargo esta calle 9 de octubre.

16. ¿Ha sido víctima de algún delito en el último año relacionado con su actividad comercial?

Tabla 22.

Víctima de delito relacionado a la actividad comercial

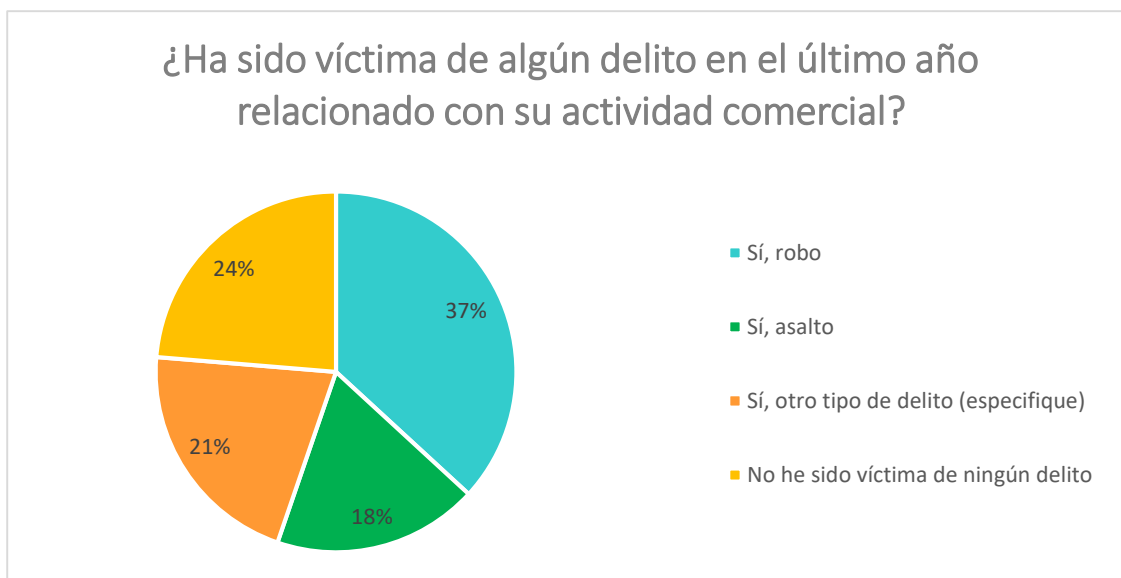
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, robo	14	37%
Sí, asalto	7	18%
Sí, otro tipo de delito (especifique)	8	21%
No he sido víctima de ningún delito	9	24%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 16.

Víctima de delito relacionado a la actividad comercial



Fuente: Tabla 22

Elaborado por: Macías, (2024)

Los resultados presentados demuestran que el 37% ha sido víctima de robo con respecto a su actividad comercial, un 24% no ha sido víctima de delitos, por consiguiente, un 21% ha sido víctima de otro tipo de delitos como amenazas y secuestros según los comerciantes encuestados, un 18% ha sido víctima de asaltos en su actividad económica. Cabe recalcar que la policía rodea la zona cada cierta hora para evitar este tipo de delitos que hacen que los comerciantes se sientan intimidados

17. ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la seguridad de su negocio?

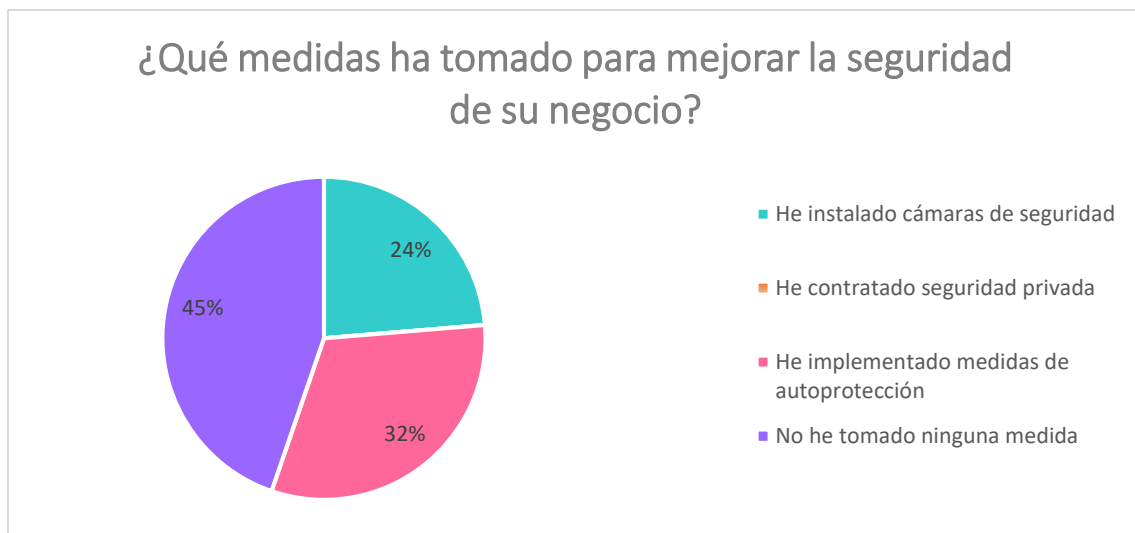
Tabla 23.
Medidas para mejorar la seguridad del negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
He instalado cámaras de seguridad	9	24%
He contratado seguridad privada	0	0%
He implementado medidas de autoprotección	12	32%
No he tomado ninguna medida	17	45%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 17.
Medidas para mejorar la seguridad del negocio



Fuente: Tabla 23

Elaborado por: Macías, (2024)

Con respecto a las medidas tomadas para la seguridad del negocio en esta zona de la calle 9 de octubre, el 45% no ha tomado ninguna medida con respecto a su seguridad; solo se mantiene a la espera de las autoridades y el resguardo policial, un 32% implementa medidas de autoprotección y un 24% ha instalado cámaras de seguridad en sus negocios, una medida para monitorear y dejar evidencia de los delitos que se cometen durante el día.

18. ¿Todos los miembros de su familia tienen acceso a seguro médico?

Tabla 24.

Acceso a seguro médico

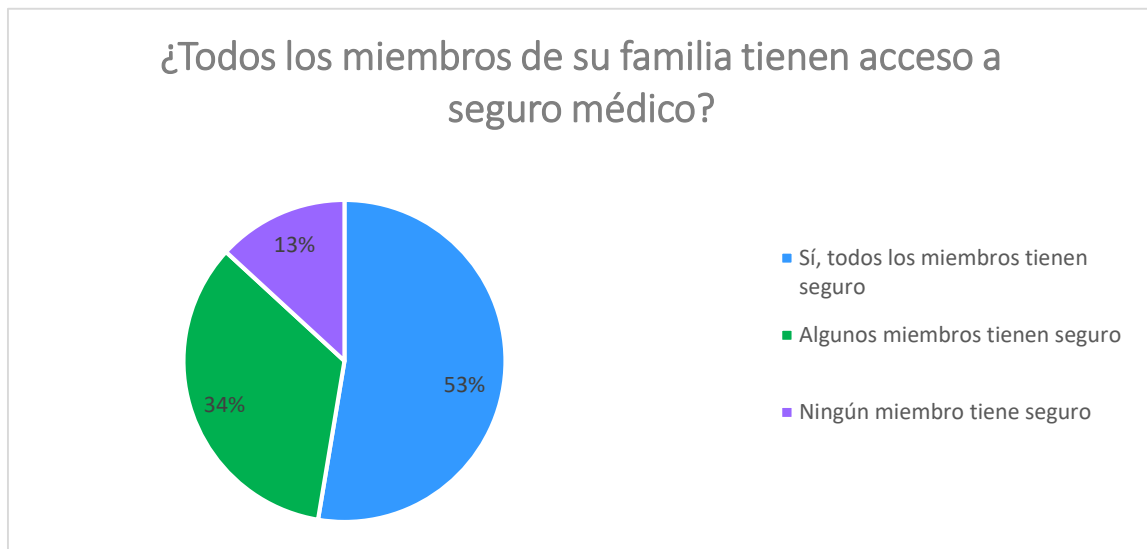
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, todos los miembros tienen seguro	20	53%
Algunos miembros tienen seguro	13	34%
Ningún miembro tiene seguro	5	13%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 18.

Acceso a seguro médico



Fuente: Tabla 24

Elaborado por: Macías, (2024)

Según los hallazgos de las encuestas se apreció que un 53% de pequeños comerciantes afirman que todos los miembros de la familia tienen seguro médico, un 34% expresa que solo algunos miembros tienen seguro médico y un 13% no tiene ningún tipo de seguro médico.

19. ¿Qué dificultades ha encontrado para acceder a servicios de salud?

Tabla 25.

Dificultades para acceder a servicios de salud

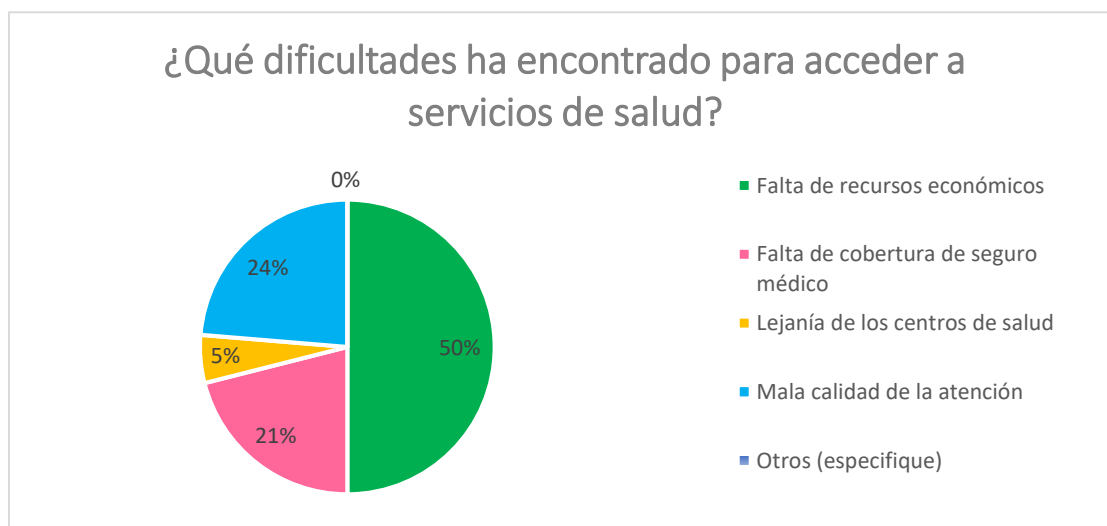
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Falta de recursos económicos	19	50%
Falta de cobertura de seguro médico	8	21%
Lejanía de los centros de salud	2	5%
Mala calidad de la atención	9	24%
Otros (especifique)	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 19.

Dificultades para acceder a servicios de Salud



Fuente: Tabla 25

Elaborado por: Macías, (2024)

Los resultados presentados demuestran que el 50% no accede a servicios de salud por falta de recursos económicos por lo tanto, no tienen la posibilidad de acceder a este servicio, seguido de un 24% considera que existe una mala calidad en la atención brindada en los centros de salud, el 21% explica la falta de cobertura de seguro médico, básicamente estos seguros no cubren la totalidad de sus necesidades y es una dificultad bastante significativa para los comerciantes y un 5% considera que la lejanía de los centros médicos es una dificultad para acceder a los servicios de salud.

20. ¿Qué acciones ha realizado para cuidar su salud y la de su familia?

Tabla 26.

Acciones realizadas para cuidar la salud Familiar

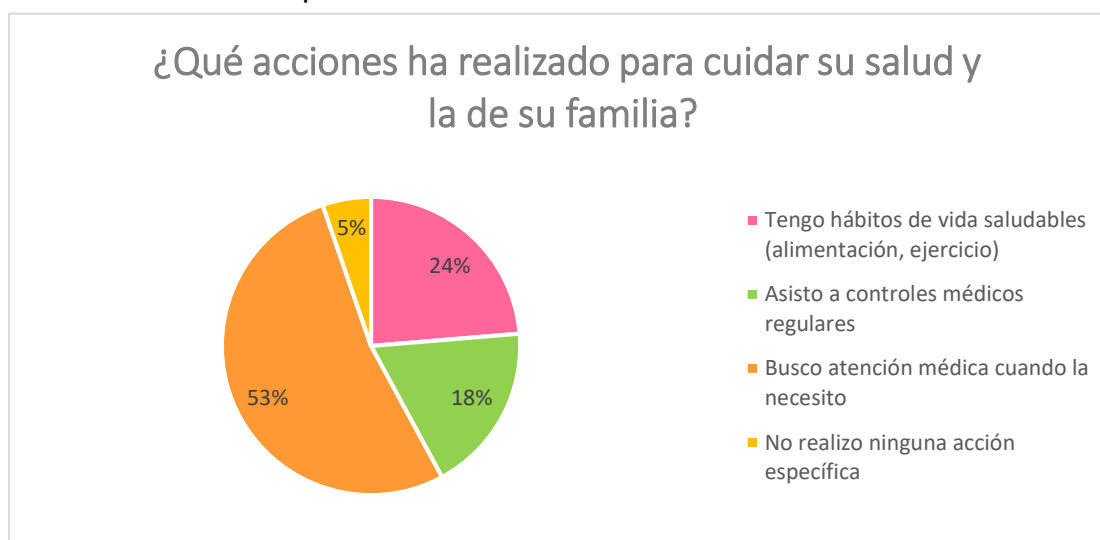
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tengo hábitos de vida saludables (alimentación, ejercicio)	9	24%
Asisto a controles médicos regulares	7	18%
Busco atención médica cuando la necesito	20	53%
No realizo ninguna acción específica	2	5%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 20.

Acciones realizadas para cuidar la salud familiar



Fuente: Tabla 26

Elaborado por: Macías, (2024)

A partir de los resultados de la encuesta se puede apreciar que el 53% encuestados expresaron que solo buscan atención médica cuando lo necesitan, el 24% afirma que mantiene hábitos de vida saludable como cuidarse en su alimentación y ejercicios; cabe recalcar que en este porcentaje de pequeños comerciantes se encuentran personas más jóvenes que acostumbran hacer algún tipo de deporte para mantenerse en buen estado de salud, por consiguiente un 18% asiste a controles médico regulares que generalmente es cuando ya tienen un problema con su salud y tan solo un 5% no realiza ninguna acción específica, mayormente usan medicina natural o solo se automedican ante cualquier dolencia.

21. ¿Qué nivel educativo ha alcanzado?

Tabla 27.

Nivel de Educación

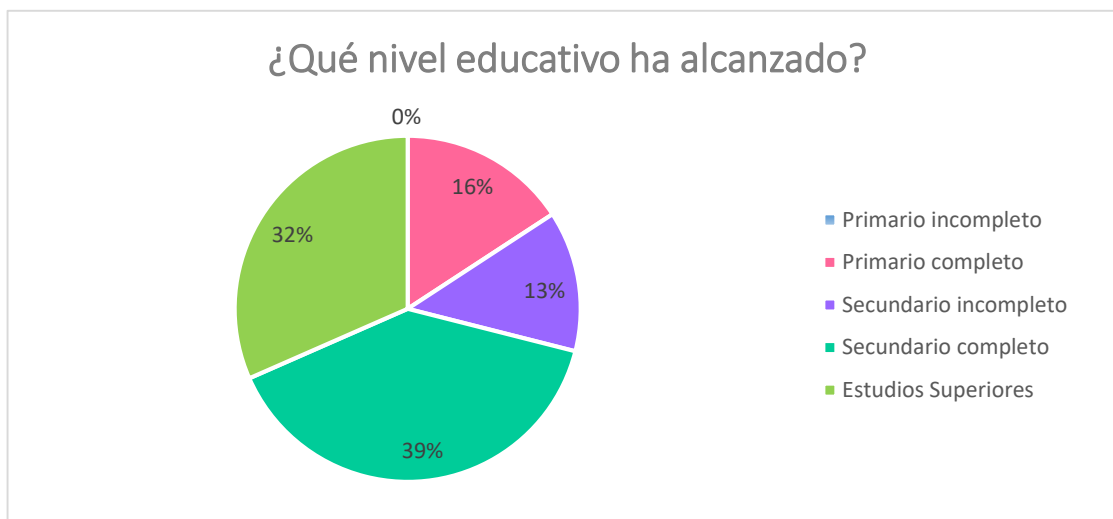
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Primario incompleto	0	0%
Primario completo	6	16%
Secundario incompleto	5	13%
Secundario completo	15	39%
Estudios Superiores	12	32%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 21.

Nivel de Educación



Fuente: Tabla 27

Elaborado por: Macías, (2024)

Con respecto al nivel educativo de los pequeños comerciantes, se observa que 39% de los comerciantes tiene el nivel secundario completo, el 32% tiene estudios superiores o estudios universitarios ya culminados, seguido del 16% de los pequeños comerciantes que tiene un nivel primario completo y un 13% tiene un nivel educativo secundario incompleto.

22. ¿Ha participado en alguna actividad de formación o capacitación en el último año relacionada con la gestión de su negocio?

Tabla 28.

Participación en actividades de formación o capacitación relacionada a la gestión del negocio.

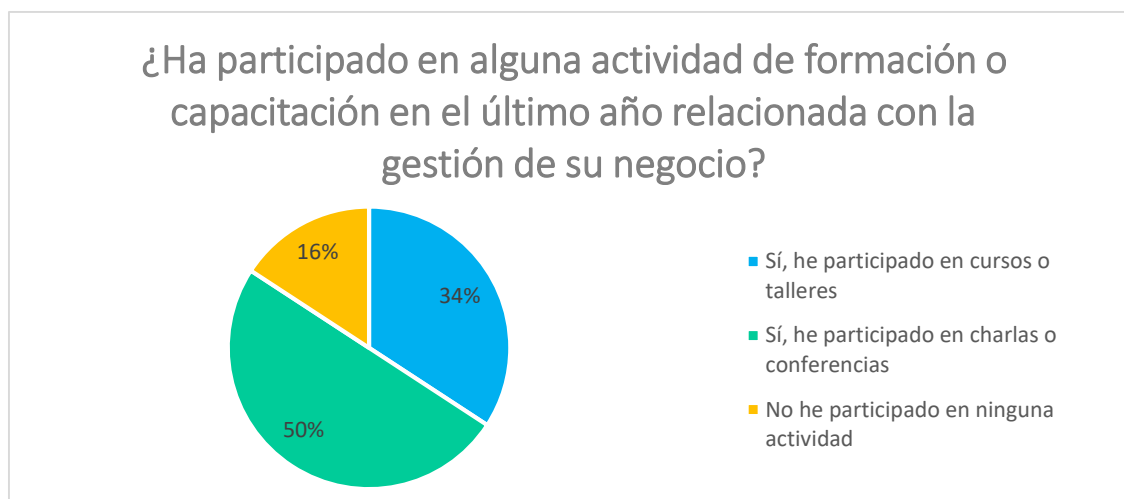
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, he participado en cursos o talleres	13	34%
Sí, he participado en charlas o conferencias	19	50%
No he participado en ninguna actividad	6	16%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 22.

Participación en actividades de formación o capacitación relacionada a la gestión del negocio



Fuente: Tabla 28

Elaborado por: Macías, (2024)

Según los hallazgos de las encuestas se apreció que un 50% de comerciantes han sido partícipe de charlas o conferencias, mientras un 34% ha participado en cursos y talleres; cabe recalcar que muchas veces estas charlas o cursos son gratuitas y brindadas por la municipalidad de Pedro Carbo, por último, se puede observar que un 16% no ha participado en ninguna de actividad similar.

23. ¿Considera importante la educación para el desarrollo personal y profesional de los pequeños comerciantes?

Tabla 29.

Importancia de la educación para el desarrollo personal y profesional

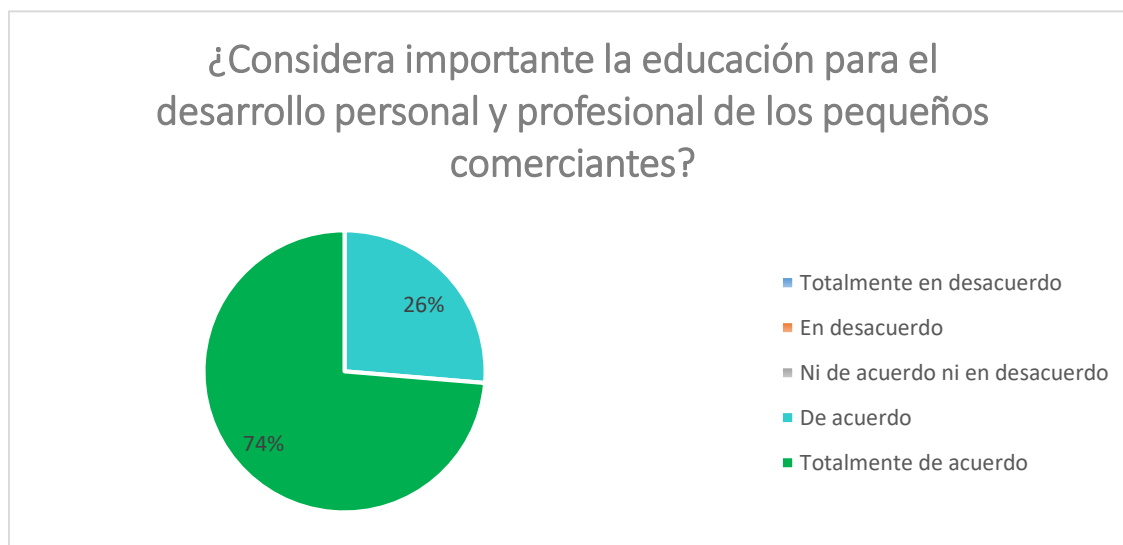
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	10	26%
Totalmente de acuerdo	28	74%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 23.

Importancia de la educación para el desarrollo personal y profesional



Fuente: Tabla 29

Elaborado por: Macías, (2024)

Basado en las encuestas aplicadas se puede observar que el 74% considera importante la educación tanto para el desarrollo personal y profesional y un 26% está de acuerdo con este aspecto, recordemos que la educación nos ayuda incluso a la ampliación de la red contactos y el acceso a nuevos sectores o a la interacción social.

24. ¿Tiene acceso a los siguientes servicios básicos en su vivienda?

Tabla 30.

Acceso a servicios básicos

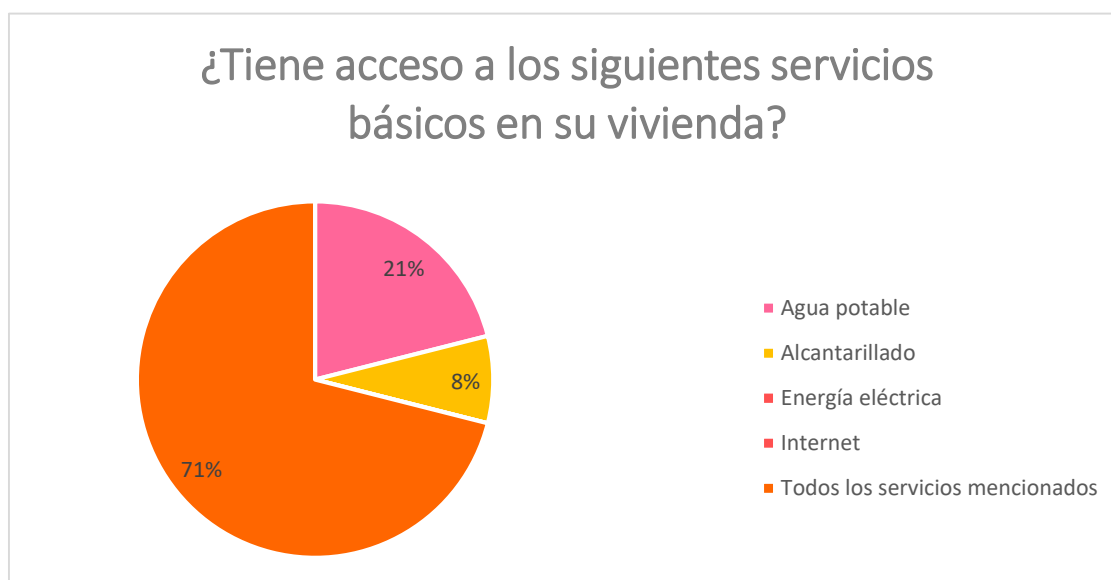
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Agua potable	8	21%
Alcantarillado	3	8%
Energía eléctrica	0	0%
Internet	0	0%
Todos los servicios mencionados	27	71%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 24.

Acceso a servicios básicos



Fuente: Tabla 30

Elaborado por: Macías, (2024)

De las encuestas aplicadas se pudo observar que el 71% de los comerciantes encuestados cuentan con todos los servicios mencionados (Agua potable, alcantarillado, energía eléctrica e internet), por consiguiente, se tiene un 21% que no cuenta con un servicio de agua potable adecuado, muchos aún se abastecen de pozos de agua o por medio de tanqueros y un 8% de los encuestados no cuentan con servicio de alcantarillado apropiado y tienen pozos sépticos para desagüe de agua residuales y negras

25. ¿Considera que la calidad de los servicios básicos es adecuada?

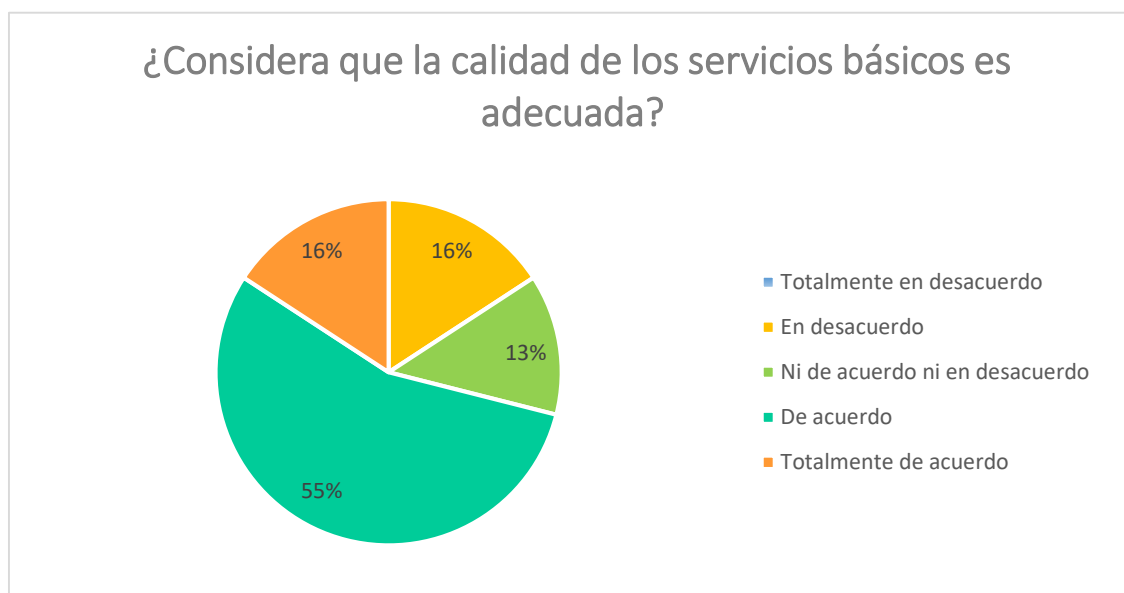
Tabla 31.
Calidad de servicios Básicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	6	16%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	13%
De acuerdo	21	55%
Totalmente de acuerdo	6	16%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 25.
Calidad de servicios básicos



Fuente: Tabla 31

Elaborado por: Macías (2024)

Los resultados presentados demuestran que el 55% está de acuerdo que la calidad de servicios básicos es adecuada, mientras que un 16% está totalmente de acuerdo con los servicios básicos ofrecidos; el otro 16% está en desacuerdo con la calidad de estos servicios básicos que generalmente son personas que viven en lugares más aislados, donde agua potable y alcantarillado tiene un escaso o pésimo servicio. El 13% pertenece no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la calidad de servicios.

26. ¿Ha tenido alguna dificultad para acceder a los servicios básicos?

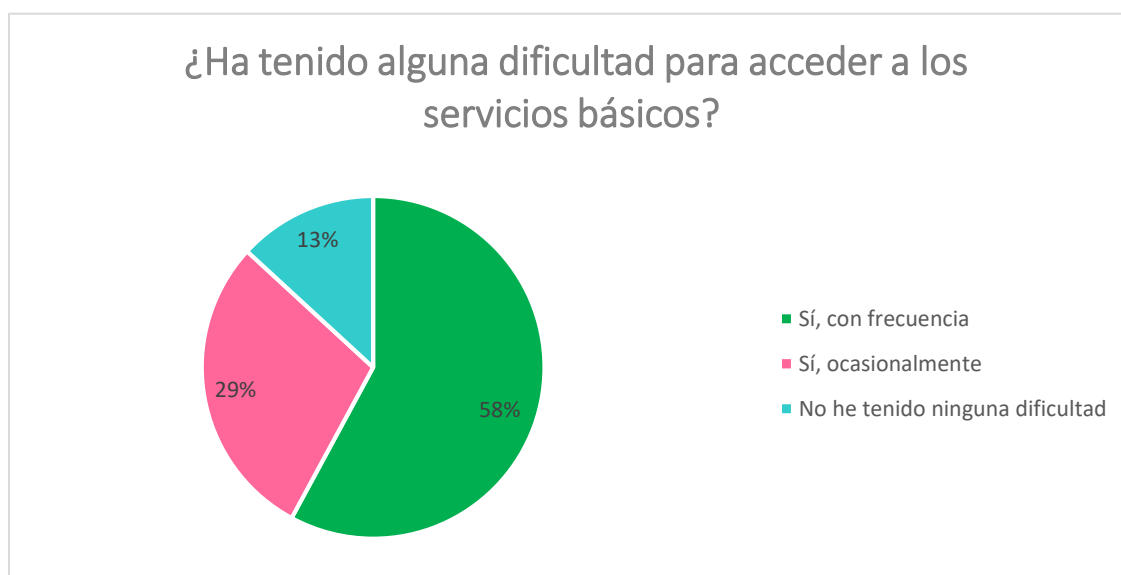
Tabla 32.
Dificultad para acceder a los servicios básicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, con frecuencia	22	58%
Sí, ocasionalmente	11	29%
No he tenido ninguna dificultad	5	13%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 26.
Dificultad para acceder a los servicios básicos



Fuente: Tabla 32

Elaborado por: Macías, (2024)

Basado en las encuestas aplicadas, se pudo observar que un 58% de los pequeños comerciantes con frecuencia tienen dificultades para acceder a servicios básicos, explican que muchas veces piden demasiados requisitos para hacer las instalaciones y no terminan de hacer lo indicado y el trabajo queda a medias, por otro lado el 29% de los encuestados tienen problemas ocasionalmente con el acceso a los servicios básicos y el 13% no ha tenido dificultad con el acceso a sus servicios básicos porque generalmente están en partes céntricas donde no hay dificultad para llegar hacer los trabajos.

27. ¿Participa activamente en alguna organización social o gremial relacionada con su actividad comercial?

Tabla 33.
Participación social

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, participo regularmente	8	21%
Sí, participo ocasionalmente	5	13%
No participo en ninguna organización	25	66%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 27.
Participación social



Fuente: Tabla 33

Elaborado por: Macías, (2024)

Con respecto a la participación social, el 66% de los pequeños comerciantes no participa en ninguna organización social o gremial, seguido de un 21% que participa regularmente con alguna organización y el 13% que participa ocasionalmente.

28. ¿Considera que la participación social es importante para los pequeños comerciantes?

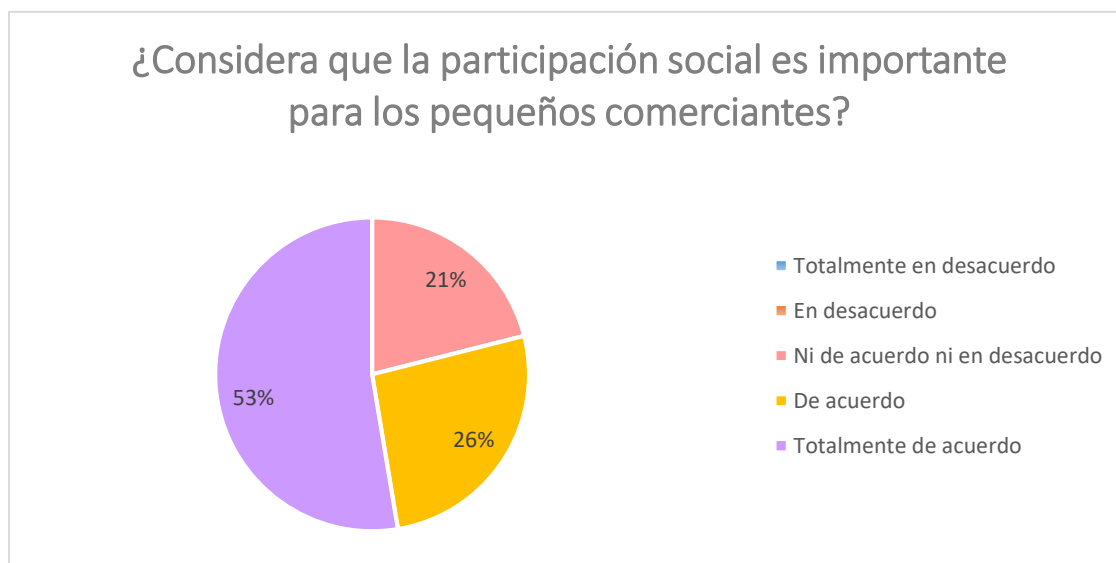
Tabla 34.
Importancia de la participación social

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	21%
De acuerdo	10	26%
Totalmente de acuerdo	20	53%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 28.
Importancia de la participación social



Fuente: Tabla 34

Elaborado por: Macías, (2024)

Según la encuesta aplicada, se pudo observar que el 53% de los pequeños comerciantes está totalmente de acuerdo con que la participación social es importante, el 26% de igual manera está de acuerdo con las participaciones sociales y un 21% está ni acuerdo, ni en desacuerdo.

29. ¿Qué acciones ha realizado para fortalecer la organización social de los pequeños comerciantes?

Tabla 35.

Acciones para fortalecer la organización social de los pequeños comerciantes

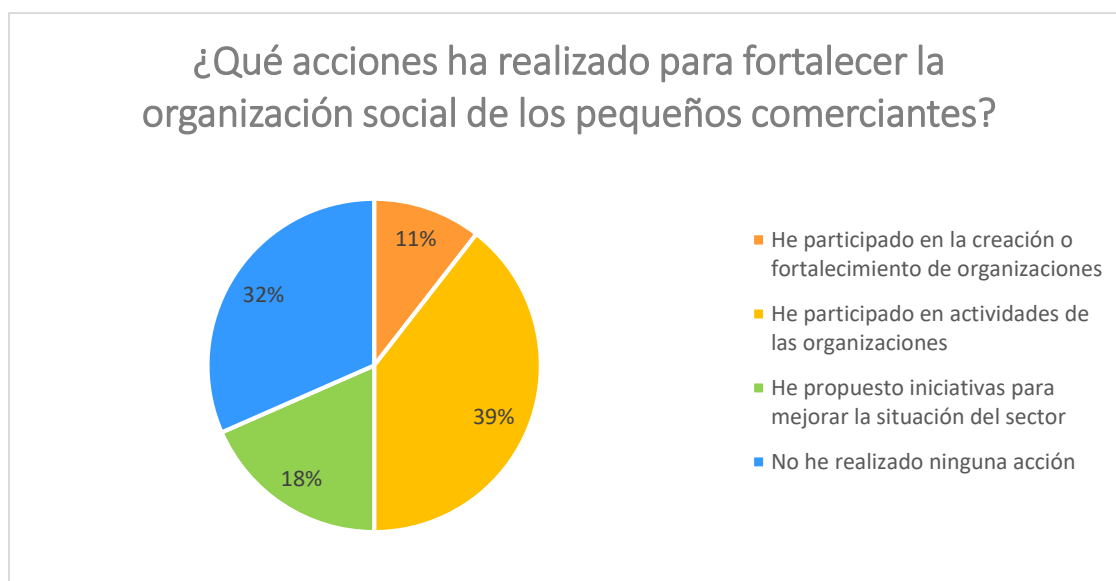
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
He participado en la creación o fortalecimiento de organizaciones	4	11%
He participado en actividades de las organizaciones	15	39%
He propuesto iniciativas para mejorar la situación del sector	7	18%
No he realizado ninguna acción	12	32%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 29.

Acciones para fortalecer la organización social de los pequeños comerciantes



Fuente: Tabla 35

Elaborado por: Macías, (2024)

Con respecto a las acciones de fortalecimiento de la organización social, el 39% de los pequeños comerciantes encuestados ha participado en actividades de estas organizaciones, seguido de un 32% que no ha realizado ninguna acción, un 18% de los comerciantes ha propuesto iniciativas para mejorar la situación del sector y un 11% ha participado en la creación o fortalecimiento de organizaciones.

30. ¿Cuenta con redes de apoyo familiares o comunitarias que le brinden asistencia en caso de necesidad?

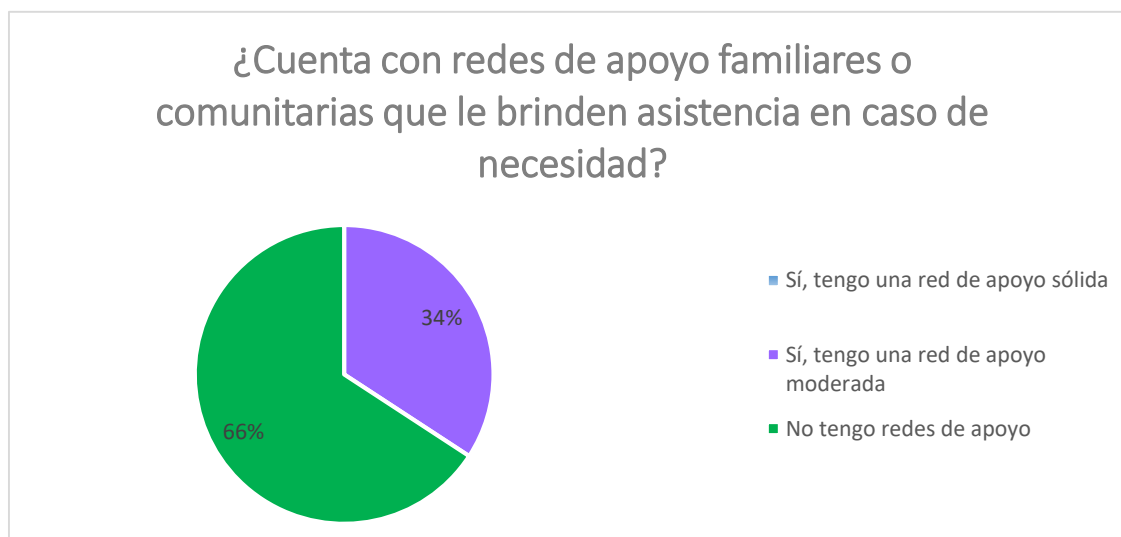
Tabla 36.
Redes de apoyo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, tengo una red de apoyo sólida	0	0%
Sí, tengo una red de apoyo moderada	13	34%
No tengo redes de apoyo	25	66%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 30.
Redes de apoyo



Fuente: Tabla 36

Elaborado por: Macías, (2024)

Según la información recogida, se pudo observar que mayormente abarcando un 66% los pequeños comerciantes no cuentan con redes de apoyo y tan solo un 34% cuenta con una red de apoyo moderada y básicamente este porcentaje es red de apoyo familiar mayormente.

31. ¿Considera que las redes de apoyo son importantes para el bienestar de los pequeños comerciantes?

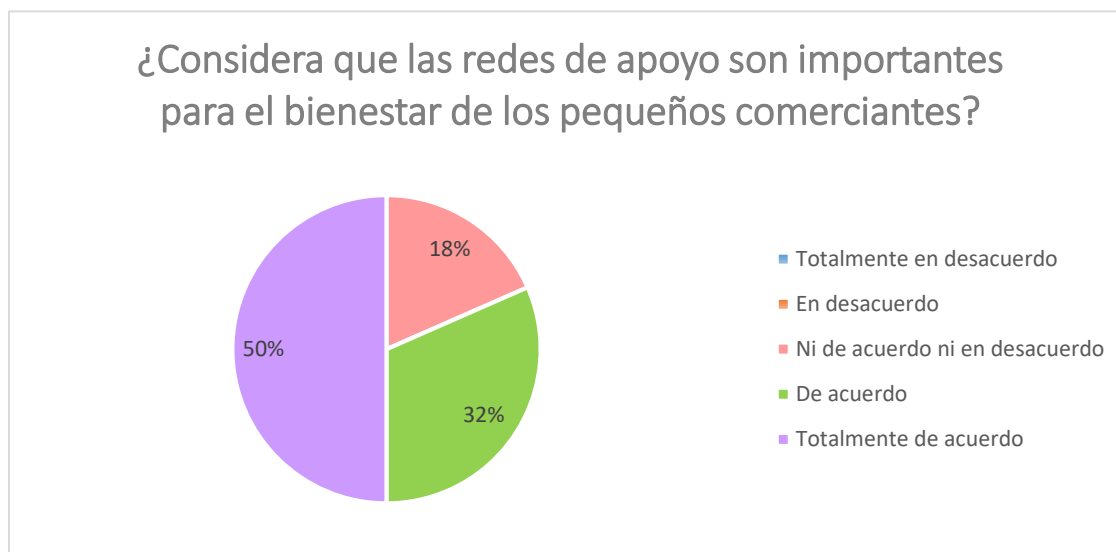
Tabla 37.
Importancia de las redes de apoyo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	18%
De acuerdo	12	32%
Totalmente de acuerdo	19	50%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 31.
Importancia de las redes de apoyo



Fuente: Tabla 37

Elaborado por: Macías, (2024)

Los resultados presentados de las encuestas demuestran que el 50% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la importancia de las redes de apoyo para el bienestar de los pequeños comerciantes, seguido del 32% está de acuerdo con la importancia de las redes y el 18% está en desacuerdo porque considera que las redes de apoyo no son importantes y no genera un bienestar para los pequeños comerciantes.

32. ¿En qué medida considera que su actividad comercial ha impactado en la calidad de vida de su familia?

Tabla 38.

Impacto de actividad comercial en la calidad de vida

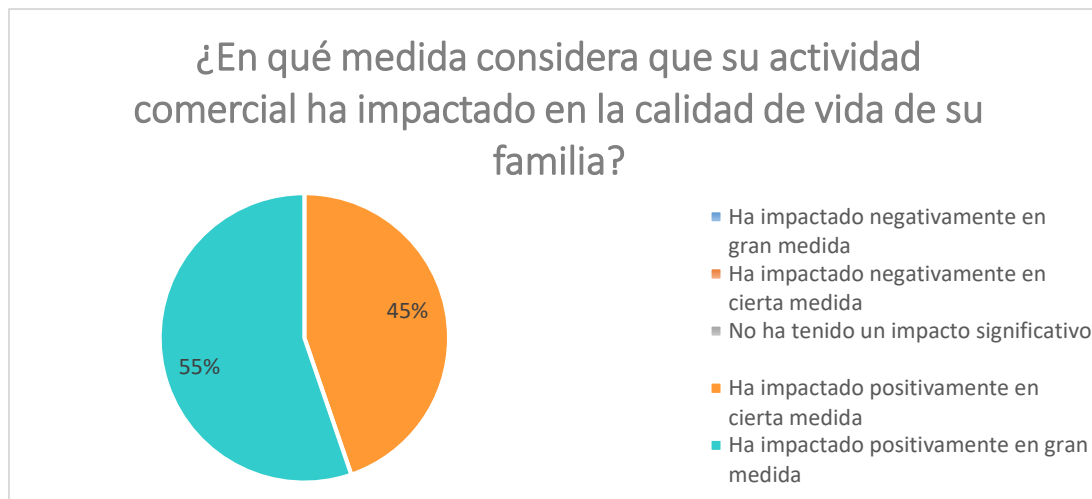
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ha impactado negativamente en gran medida	0	0%
Ha impactado negativamente en cierta medida	0	0%
No ha tenido un impacto significativo	0	0%
Ha impactado positivamente en cierta medida	17	45%
Ha impactado positivamente en gran medida	21	55%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Macías, (2024)

Figura 32.

Impacto de la actividad comercial en la calidad de vida



Fuente: Tabla 38

Elaborado por: Macías, (2024)

Según la encuesta aplicada, el 55% de los pequeños comerciantes explica que su actividad económica ha impactado positivamente en gran medida y un 45% de los encuestados afirma que ha impactado positivamente en cierta medida a la calidad de vida de sus familias.

4.1.2 Análisis general de la encuesta

DIMENSIÓN ECONÓMICA

- La mayoría (53%) de los comerciantes gana entre \$500 y \$1000 mensuales. Un 42% no está seguro si sus ingresos cubren sus necesidades básicas.
- El 53% de los encuestados ha experimentado una disminución moderada en el último año.
- El 50% de los encuestados ha obtenido préstamos, pero el 29% ha sido rechazado. Las altas tasas de interés son el principal obstáculo (42%).
- Los servicios públicos son el mayor gasto (50%), seguido del alquiler (32%).
- El 45% de las encuestas reporta una disminución moderada, atribuyéndolo principalmente a la inseguridad (53%).
- El 58% refiere no haber recibido ninguna capacitación en gestión de negocios.

Por lo tanto, el porcentaje general de percepción de la dimensión económica es aproximadamente del 48%.

Se estableció la siguiente regla de decisión para clasificar la dimensión económica y social:

- Crítico: 0% - 20%
- Deficiente: 21% - 40%
- Regular: 41% - 60%
- Bueno: 61% - 80%
- Excelente: 81% - 100%

Aplicando esta regla al porcentaje calculado de 48%, podemos concluir que el estado de la dimensión económica de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo es Regular.

DIMENSIÓN SOCIAL

- El 53% de los encuestados considera la seguridad regular, 39% la considera insegura. 37% ha sido víctima de robo.
- De igual modo, el 53% tiene seguro médico para toda la familia. 50% no accede a servicios de salud por falta de recursos.
- El 39% de los encuestados refiere tener secundaria completa, 32% estudios superiores. 74% considera importante la educación.
- El 71% cuenta con todos los servicios. 55% está de acuerdo con la calidad de los servicios.
- El 66% no participa en organizaciones sociales o gremiales.
- De igual modo, el 66% refiere que no cuenta con redes de apoyo.
- El 55% de los encuestados afirman que su actividad económica ha impactado positivamente en gran medida en la calidad de vida de sus familias.

El porcentaje general de percepción de la dimensión social es aproximadamente del 70%.

En general, la situación social de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo es relativamente buena, aunque existen áreas críticas que requieren atención, especialmente en temas de seguridad, participación social y redes de apoyo.

4.1.3 Resultados de la entrevista

Nombre del entrevistado: Freddy Burgassi Cajas

Empresa: Comercial Burgassi

Preguntas:

1.- ¿Podría contarnos sobre su trayectoria como comerciante en esta zona?

Bueno mi trayectoria como comerciante aquí en mi cantón es de muchos años, empecé poco a poco, haciéndolo yo mismo y mis hijos que trabajaban aquí

conmigo, pero ellos ya tienen su hogar y sigo con el negocio yo mismo. Todavía tengo a mi hijo que me ayuda en conjunto de mis dos nietos que también me dan la mano los fines de semana.

Empecé yo mismo dándome a conocer en el campo de que compraba maíz, maní, trigo, ajonjolí, entre otros. Y con mi camioncito que yo mismo manejaba empezaba transportar los sacos en mi bodega porque al principio yo tenía que salir a buscar los clientes y me tocaba ir a Villao, Valle de la Virgen para dentro; mi día empezaba desde las 4 de la mañana y terminaba cansado, me tomó casi un año estar así, pero Dios es tan grande que ya luego ya pude expandirme en mi casita y aquí abajo hacer mi depósito, como puede ver ya tengo dos camiones más grandes y tengo personas que trabajan para mí.

Puedo decirle con orgullo que mi recorrido como comerciante ha sido grande y gracias a mi negocio he podido sacar a mis hijos e incluso ahora a mis nietos. He logrado que mi negocio prospere, he construido mi equipo de trabajo, pero más allá de los logros materiales; me he ganado la confianza de mis clientes y eso me llena de tanta satisfacción, es una experiencia adquirida a lo largo de todos estos años y las lecciones aprendidas en todo este recorrido.

a.- ¿Cuántos años lleva en el mercado y qué tipo de productos o servicios ofrece?

En el mercado tengo 14 años y me dedico a la compra y venta de maíz duro, maíz suave, trigo, maní, ajonjolí, maíz blanco, arrocillo, cacao, frejol canario y balanceado. Esos son los productos que compro y vendo, claro que hay productos que salen más como es el maíz, cacao, el frejol, maní y balanceado que compran a diario también.

2.- ¿Cómo ha impactado en su negocio el reciente aumento en los precios de los combustibles?

En este aspecto mis camiones se abastecen a diésel, pero eso no quita que he notado que un cierto desembolso extra de dinero, pero tampoco es un

gasto exagerado. Puedo decirle que de mi parte si hay un gasto extra pero tampoco es exagerado, claro no puedo decir lo mismo de los otros comerciantes porque no sé cómo se manejan ellos.

b.- ¿Qué estrategias sugiere para mitigar este impacto?

Podría decirle que igual es un gasto diario y de igual manera representa un gasto para todos los que transportamos nuestra mercadería, podría sugerir que exista un tipo de exoneración hacia nosotros los comerciantes que transportamos productos de primera necesidad, dejándonos pagar el valor inicial de diésel y tener un registro o una credencial que nos certifique como transportistas de alimentos de primera necesidad, más que todo para que exista control no vengán otras personas a beneficiarse de esto cuando ni siquiera pertenecen a esta área.

3.- ¿Cómo ha percibido la inseguridad en la zona en los últimos años con relación a sus ventas y actividad comercial en general?

La inseguridad esta horrible aquí y donde sea, he visto los asaltos que se han dado en plena luz del día aquí en la calle, en los negocios de los demás comerciantes, estos vagos llegan con armas a intimidar a los clientes y han roban todo. Creo que aproximadamente hace unos 4 meses robaron a mano armada allí en el Rey de las micás, llegaron esos hombres en carro y le robaron todo el dinero en ese local, se llevaron teléfonos y accesorios.

En mi caso yo fui víctima de vacunas, me pedían tres mil dólares mensuales y que si no pagaba me iban a poner aparatos explosivos en mi local o me amenazaban con mi familia, pero yo inmediatamente pedí resguardo policial y así estuve meses. Luego estos extorsionadores fueron aprehendidos por la policía mediante un operativo y con eso nuestra zona estuvo más tranquila.

4.- ¿Cuáles son sus expectativas para el futuro del comercio en esta zona?

Yo creo que todos nosotros como comerciantes ponemos fe a que cada año será un poco mejor que el anterior, todos nos esforzamos por brindarle un producto o servicio de calidad a nuestros clientes y todo esto lo complementamos innovando con los productos, haciendo ofertas, descuentos y promocionando por medio de redes nuestros productos.

Yo soy muy conocido en esta zona por la calidad de lo que compro y vendo y así mismo por mis años aquí en la localidad, estoy muy seguro que de mi parte las ventas seguirán creciendo.

4.2 Matriz FODA

A continuación, se muestra la matriz FODA.

Tabla 39.
Análisis FODA

MATRIZ FODA	Fortalezas	Debilidades
	<p>Múltiples opciones de productos ofrecidos por los pequeños comerciantes</p> <p>Antigüedad de los comerciantes en la actividad comercial</p> <p>Digitalización de los negocios para aprovechar las oportunidades del comercio en línea</p> <p>Precios Competitivos y accesibles de los productos</p>	<p>Altos costos de renta de algunos locales</p> <p>Limitadas estrategias publicitarias</p> <p>No hay evidencia de acciones conjuntas, como gremio o asociación</p>
Oportunidades	FO	DO
<p>Fuerte afluencia de personas en la zona</p> <p>Asesoría por parte de los organismos estatales como el GAD municipal para la formación y desarrollo de habilidades</p> <p>Disposición de la Policía para resguardar la zona</p>	<p>Desarrollar y mejorar las habilidades en mercadeo, administración y ventas de los pequeños comerciantes</p> <p>Aprovechar la digitalización de los negocios y la asesoría del GAD municipal para desarrollar habilidades en comercio en línea y marketing digital.</p> <p>Utilizar la variedad de productos ofrecidos y la ubicación céntrica para atraer a la fuerte afluencia de personas en la zona</p>	<p>Promocionar los productos a la clientela creando estrategias publicitarias y captar la atención de los clientes</p> <p>Mejorar las estrategias publicitarias con la asesoría del GAD municipal, enfocándose en tácticas que aumenten la visibilidad y atraigan a la clientela local.</p> <p>Negociar con propietarios de locales y buscar apoyo del GAD municipal para obtener subsidios o incentivos que reduzcan los altos costos de renta.</p>

Ubicación estratégica, al encontrarse en la calle céntrica 9 de Octubre	Implementar programas de formación en colaboración con organismos estatales, aprovechando los bajos costos operativos para invertir en desarrollo y capacitación.	
Amenazas	FA	DA
<p>Competencia desleal por parte de otros comerciantes</p> <p>Nivel de inseguridad alta en la zona</p> <p>Tasas altas de interés para el acceso a financiamiento</p>	<p>Usar la digitalización para competir con otros comerciantes desleales ofreciendo ventas en línea y promociones exclusivas.</p> <p>Aprovechar la experiencia y antigüedad de los comerciantes para implementar medidas de seguridad efectivas en colaboración con la Policía, mitigando así la amenaza de inseguridad.</p> <p>Ofrecer precios competitivos y buscar alternativas de financiamiento con tasas de interés más bajas a través de programas gubernamentales o cooperativas.</p>	<p>Mejorar las estrategias publicitarias para diferenciarse de la competencia desleal, resaltando la calidad y diversidad de productos.</p> <p>Formar una asociación de comerciantes para trabajar conjuntamente en la implementación de medidas de seguridad, disminuyendo así la percepción de inseguridad en la zona.</p> <p>Buscar subvenciones o apoyo del GAD municipal para reducir los altos costos de renta y facilitar el acceso a financiamiento con tasas de interés más favorables.</p>

Elaborado por: Macias, (2024)

CONCLUSIONES

El desarrollo de la investigación sobre el diagnóstico socioeconómico de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del Cantón Pedro Carbo permite detallar las conclusiones más importantes y que tienen relación directa con los objetivos específicos de la investigación.

- El marco teórico proporciona una base sólida para el análisis socioeconómico de los pequeños comerciantes, ofreciendo herramientas conceptuales y legales para interpretar los resultados de la investigación.
- Los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre en Pedro Carbo se encuentran en una condición moderadamente vulnerable. Desde el punto de vista económico, cuentan con recursos financieros limitados y se encuentran con obstáculos para financiar sus actividades y cubrir los costos operativos. En cuanto a las cuestiones sociales, se ven confrontados con dificultades relacionadas con la falta de seguridad, un limitado acceso a los servicios de salud y carecen de sistemas de apoyo, entre otros.
- El proceso de identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, realizado a través de observación, encuestas y entrevistas, ha revelado un panorama complejo de la situación de los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre del cantón Pedro Carbo y proporciona una base sólida para el desarrollo de estrategias efectivas.
- Las estrategias propuestas en la matriz FODA muestran un enfoque proactivo y creativo para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades, evidenciando un énfasis en la colaboración con el gobierno local para superar obstáculos como la inseguridad y los altos costos.

RECOMENDACIONES

- A los pequeños comerciantes formar una asociación o gremio local que les permita unir esfuerzos y recursos para facilitar la implementación de estrategias colectivas de marketing, negociar mejores condiciones de arrendamiento y compartir conocimientos sobre digitalización de negocios y búsqueda de oportunidades de capacitación conjunta.
- Al gobierno local del cantón Pedro Carbo desarrollar e implementar un programa integral de apoyo a los pequeños comerciantes de la calle 9 de Octubre que facilite el acceso a microcréditos con tasas de interés preferenciales para impulsar la inversión y modernización de los negocios, así como otras falencias que reveló el estudio.
- Al gobierno local del cantón Pedro Carbo desarrollar e implementar un plan de revitalización urbana centrado en la calle 9 de Octubre, enfocado en mejorar la infraestructura y el atractivo visual de la zona, con el objetivo de aumentar la afluencia de visitantes y potenciar la actividad comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avilés, E. J. (2022). *¿Cuál es la situación del comercio informal en el sector la Bahía asociación Santa Lucía en la ciudad de Guayaquil?* Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/6274/1/T-ULVR-5128.pdf>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2019). *Código de Comercio. SuperCías*, 3-30.
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Banco Central del Ecuador . (2023). *Crecio el PIB un 0,7%. Guayaquil*.
<https://acortar.link/LWo36G>
- Blanco Varela, B., Amoedo, J. M., & Sánchez Carreira, M. C. (2021). El Objetivo de Desarrollo Sostenible 8. La fetichización del empleo y el oxímoron del crecimiento sostenible e inclusivo. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 3(14), 107 - 114.
<https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/article/view/7778>
- Cárdenas Gómez, E., & Michel Navas, R. (2018). *Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad. Tiempo Económico*. Universidad autónoma Metropolitana, 13(40), 53- 64.
<https://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2020/01/40te3.pdf>
- Castellanos Islas, A., & Jiménez Diez, O. (2020). Diagnóstico comercial en una empresa de giro alimenticio. *Revista de desarrollo sustentable, negocios, emprendimiento y educación*, 2(7), 12.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7908245>
- Cevallos Loayza, C. (2017). *Diagnóstico Socioeconómico y mapeo del emprendimiento en las provincias: Pichincha, Napo y Orellana*. Pontificadora Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/12598>
- Consejo Nacional de Planificación. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025. Secretaria Nacional de Planificacion*, 49- 60.
<https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitucion de la República del Ecuador 2008*. Recuperado el 6 de junio de 2024.
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Constitución Nacional del Ecuador . (20 de Octubre de 2008).
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Córdova Zambrano, J., & Ruiz Guamán, N. (2022). *Análisis de la cultura ambiental de los Microemprendedores del sector Sur parroquia Letamendi - Guayaquil*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5150/6/T-ULVR-4155.pdf>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Gálvez Armijos, C. (2016). *Análisis socioeconómico de la asociación de comerciantes del mercado Sur en la ciudad de Machala*. Universidad Técnica de Machala.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9618/1/TTUACE-2016-EC-DE00033.pdf>
- González, M. D. P. (2017). *Diagnóstico y desarrollo organizacional de un microemprendimiento argentino. Caso: Maria Chocolates*. Universidad empresarial siglo 21.
<https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13912/GONZALEZ%20MARIA%20DEL%20PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González Campo, C. H., & Gálvez Albarracín, É. J. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red –MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (14), 13-31. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71612100003.pdf>
- Hernández León, R. A., & Coello González, Z. (2008). *El Paradigma cuantitativo de la Investigación Científica*. Editorial Universitaria, 115.
<https://universoabierto.org/2020/10/01/el-paradigma-cuantitativo-de-la-investigacion-cientifica/>

- Hidalgo, C. E. (2021). Diagnóstico socioeconómico de los propietarios de microempresarios, ubicados en la ciudadela Panorama, Cantón Durán, Provincia del Guayas. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4513>
- IEB. (27 de Julio de 2022). *Un nuevo sistema financiero internacional: Bretton Woods III*. <https://www.ieb.es/un-nuevo-sistema-monetario-y-financiero-internacional-bretton-woods-iii/>
- Lara Ramírez, K. B. (2022). *Diagnóstico socioeconómico de los propietarios de los establecimientos comerciales de la cooperativa Colinas de la Alborada de Guayaquil*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4909/1/T-ULVR-3954.pdf>
- Ley de Gestión Ambiental. (2012). *Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Recuperado el 17 de julio de 2024. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/constitucion_de_bolsillo_final.pdf
- Ley orgánica de emprendimiento e innovación. (28 de febrero de 2020). *Corte constitucional del Ecuador*. <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (28 de abril de 2011). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- Lopez , P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Llerena Paz, M. (2023). Statistical Study of the Perception of Citizen Security in the City of Guayaquil and Its Incidence on Night Fun in Restaurants, Bars and Discos. *EasyChair Preprint*, 6(6), 14.
- Mata Solis , L. D. (4 de febrero de 2020). *Investigalia*. La entrevista en la investigación cualitativa. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Manuera Gómez, P. (2002). *Diagnóstico Social, casi un siglo después*. Universidad Complutense Madrid. <https://docta.ucm.es/entities/publication/ead62ccb-bb31-4dea-a398-4e1f0990eec9>

- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Repositorio CEPAL, 89.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>
- OMS. (2020). *Number of COVID-19 cases reported to WHO*. <https://covid19.who.int/>
- Puig, C., Coraggio, J. L., Laville, J. L., Hillenkamp, I., Farah, I., Jimenéz, J., Vega, S., Guridi, L., & Pérez, J. C. (2016). *Economía Social y Solidaria: Conceptos, prácticas y políticas públicas*. Universidad Del Pais Vasco.
https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Prefectura Ciudadana del Guayas . (27 de Julio de 2021). *Prefectura Ciudadana del Guayas*. <https://guayas.gob.ec/>
- Quispe Fernandez, G. M., Ayaviri Nina, D., & Villa Villa, M. V. (2020). *Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios*. Universidad de Zulia, 26(3), 207-230.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519016/>
- Reyes Blanco, O. (2014). Teoría del Bienestar y el óptimo de pareto como problemas microeconómico. *REICE. Revista electrónica de investigación en Ciencia Económicas*, 2(3), 217- 234. file:///C:/Users/cash/Downloads/Dialnet-TeoriaDelBienestarYElOptimoDeParetoComoProblemasMi-5109420.pdf
- Sagastizabal, M. d. I. Á. (2007). El desarrollo Local y sus protagonistas. Estudio de dos comunas de la provincia Santa Fe, Argentina. *Invenio*, 10(19), 35-48.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87701903>
- Sánchez Flores , F. (24 de abril de 2019). Epistemic Fundamentals of Qualitative and Quantitative research: Consensus and Dissensus. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 122.
<https://revistas.upc.edu.pe/index.php/docencia/article/view/644>
- Simon, F. (2022, Abril 11). *Seguridad ciudadana y libertad*. El Comercio.
<https://www.elcomercio.com/opinion/columnista-inseguridad-ciudadana-libertad.html>
- Vera Romero, O. E., & Vera Romero, F. M. (2013). Evaluación del nivel socioeconómico: presentación de una escala adaptada en una población de

Lambayeque. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 6(1), 41-45.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4262712>

Villavicencio , E. (2016). La importancia de los estudios descriptivos. *Revista Evidencias en Odontología Clínica*, 2(1), 6.

https://www.researchgate.net/publication/315793465_Editorial_LA_IMPORTANCIA_DE_LOS_ESTUDIOS_DESCRIPTIVOS_THE_IMPORTANCE_OF_DESCRIPTORIPTIVE_STUDIES

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de la encuesta

Dimensión 1: Económica

1. Ingresos

a) ¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales promedio por la actividad comercial?

1. Menos de \$500
2. Entre \$500 y \$1.000
3. Entre \$1.000 y \$2.000
4. Entre \$2.000 y \$3.000
5. Más de \$3.000

b) ¿Considera que sus ingresos son suficientes para cubrir las necesidades básicas de su familia?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

c) ¿Ha experimentado una disminución en sus ingresos durante el último año?

1. Sí, significativa
2. Sí, moderada
3. No he experimentado ninguna disminución

4. He experimentado un aumento moderado
5. He experimentado un aumento significativo

2. Financiamiento

a) ¿Ha solicitado algún tipo de financiamiento para su negocio?

1. Sí, he obtenido un préstamo
2. Sí, he solicitado un préstamo, pero no me lo han aprobado
3. No he solicitado ningún financiamiento

b) ¿Qué tipo de dificultades ha encontrado para acceder a financiamiento?

1. Tasas de interés altas
2. Exceso de requisitos
3. Falta de garantías
4. Dificultad para demostrar ingresos
5. Otras (especifique)

c) ¿Considera que las instituciones financieras ofrecen productos y servicios adecuados para las necesidades de los pequeños comerciantes?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

3. Costos operativos

a) ¿Cuáles son sus principales costos operativos?

1. Alquiler del local
2. Servicios públicos (agua, luz, teléfono)
3. Inventario
4. Impuestos
5. Otros (especifique)

b) ¿Considera que los costos operativos son excesivamente altos para su negocio?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

c) ¿Ha implementado alguna estrategia para reducir sus costos operativos?

1. Sí, he logrado reducir costos significativamente
2. Sí, he implementado algunas medidas que han reducido costos moderadamente
3. No he implementado ninguna estrategia

4. Ventas

a) ¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas en el último año?

1. Han disminuido significativamente
2. Han disminuido moderadamente
3. Se han mantenido estables
4. Han aumentado moderadamente
5. Han aumentado significativamente

b) ¿Qué factores cree que han influido en el comportamiento de sus ventas?

1. Competencia desleal
2. Inseguridad en la zona
3. Falta de demanda
4. Limitado uso de redes sociales y nuevas tecnologías
5. Otros (especifique)

c) ¿Qué estrategias ha implementado para aumentar sus ventas?

1. He implementado estrategias de marketing y promoción efectivas
2. He diversificado mi oferta de productos o servicios
3. He mejorado la atención al cliente
4. No he implementado ninguna estrategia

5. Capacitación

a) ¿Ha recibido alguna capacitación en los últimos años relacionada con la gestión de su negocio?

1. Sí, he recibido capacitación frecuente
2. Sí, he recibido capacitación ocasional
3. No he recibido capacitación

1. Perspectivas futuras

a) ¿Cómo considera que será la situación económica de su negocio en el próximo año?

1. Mucho peor
2. Peor
3. Igual que ahora
4. Mejor
5. Mucho mejor

Dimensión 2: Social

1. Seguridad y entorno

a) ¿Cómo califica el nivel de seguridad en la zona donde desarrolla su actividad comercial?

1. Muy inseguro
2. Inseguro
3. Regular
4. Seguro
5. Muy seguro

b) ¿Ha sido víctima de algún delito en el último año relacionado con su actividad comercial?

1. Sí, robo
2. Sí, asalto
3. Sí, otro tipo de delito (especifique)
4. No he sido víctima de ningún delito

c) ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la seguridad de su negocio?

1. He instalado cámaras de seguridad
2. He contratado seguridad privada
3. He implementado medidas de autoprotección
4. No he tomado ninguna medida

2. Salud

a) ¿Todos los miembros de su familia tienen acceso a seguro médico?

1. Sí, todos los miembros tienen seguro
2. Algunos miembros tienen seguro
3. Ningún miembro tiene seguro

b) ¿Qué dificultades ha encontrado para acceder a servicios de salud?

1. Falta de recursos económicos
2. Falta de cobertura de seguro médico

3. Lejanía de los centros de salud
4. Mala calidad de la atención
5. Otros (especifique)

c) ¿Qué acciones ha realizado para cuidar su salud y la de su familia?

1. Tengo hábitos de vida saludables (alimentación, ejercicio)
2. Asisto a controles médicos regulares
3. Busco atención médica cuando la necesito
4. No realizo ninguna acción específica

3. Educación

a) ¿Qué nivel educativo ha alcanzado?

1. Primario incompleto
2. Primario completo
3. Secundario incompleto
4. Secundario completo
5. Estudios superiores

b) ¿Ha participado en alguna actividad de formación o capacitación en el último año relacionada con la gestión de su negocio?

1. Sí, he participado en cursos o talleres
2. Sí, he participado en charlas o conferencias
3. No he participado en ninguna actividad

c) ¿Considera importante la educación para el desarrollo personal y profesional de los pequeños comerciantes?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

4. Acceso a servicios básicos

a) ¿Tiene acceso a los siguientes servicios básicos en su vivienda?

1. Agua potable
2. Alcantarillado
3. Energía eléctrica
4. Internet
5. Todos los servicios mencionados

b) ¿Considera que la calidad de los servicios básicos es adecuada?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

c) ¿Ha tenido alguna dificultad para acceder a los servicios básicos?

1. Sí, con frecuencia
2. Sí, ocasionalmente
3. No he tenido ninguna dificultad

5. Participación social

a) ¿Participa activamente en alguna organización social o gremial relacionada con su actividad comercial?

1. Sí, participo regularmente
2. Sí, participo ocasionalmente
3. No participo en ninguna organización

b) ¿Considera que la participación social es importante para los pequeños comerciantes?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

c) ¿Qué acciones ha realizado para fortalecer la organización social de los pequeños comerciantes?

1. He participado en la creación o fortalecimiento de organizaciones
2. He participado en actividades de las organizaciones
3. He propuesto iniciativas para mejorar la situación del sector
4. No he realizado ninguna acción

6.Redes de apoyo

a) ¿Cuenta con redes de apoyo familiares o comunitarias que le brinden asistencia en caso de necesidad?

1. Sí, tengo una red de apoyo sólida
2. Sí, tengo una red de apoyo moderada
3. No tengo redes de apoyo

b) ¿Considera que las redes de apoyo son importantes para el bienestar de los pequeños comerciantes?

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

7. Impacto de la actividad comercial en la calidad de vida

a. ¿En qué medida considera que su actividad comercial ha impactado en la calidad de vida de su familia?

1. Ha impactado negativamente en gran medida
2. Ha impactado negativamente en cierta medida
3. No ha tenido un impacto significativo
4. Ha impactado positivamente en cierta medida
5. Ha impactado positivamente en gran medida

Anexo 2. Cuestionario de la entrevista

1) ¿Podría contarnos sobre su trayectoria como comerciante en esta zona?

a.- ¿Cuántos años lleva en el mercado y qué tipo de productos o servicios ofrece?

2) ¿Cómo ha impactado en su negocio el reciente aumento en los precios de los combustibles?

b.- ¿Qué estrategias sugiere para mitigar este impacto?

3) ¿Cómo ha percibido la inseguridad en la zona en los últimos años con relación a sus ventas y actividad comercial en general?

4) ¿Cuáles son sus expectativas para el futuro del comercio en esta zona?

5) ¿Qué acciones cree que podrían contribuir al desarrollo y crecimiento del sector?

Anexo 3. Evidencias de la investigación de campo

Figura 33.

Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo



Figura 34.

*Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo
Cincuentazo "D' Pablito"*



Figura 35.

Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo. Librería "El estudiante"



Figura 36.

Punto de comerciante en la calle 9 de Octubre, Cantón Pedro Carbo. Comercial "Burgassi"

